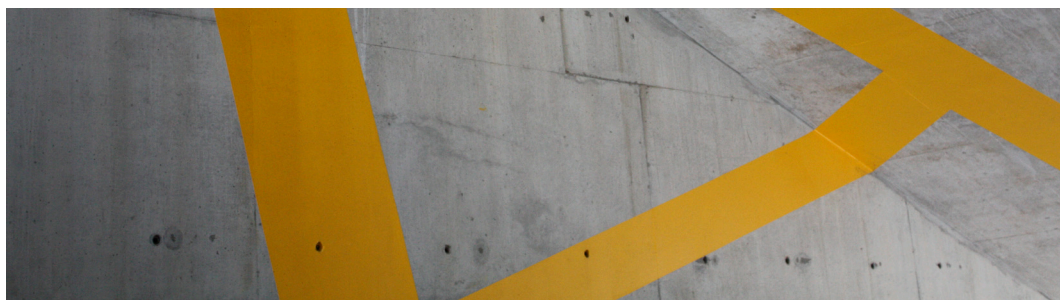


UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA

Faculdade de Arquitectura

Contributos do Design de Comunicação para a construção da identidade de um espaço: Exemplos contemporâneos em Portugal



Afonso Henriques Cordeiro Carvalho de Almeida

Dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Design de Comunicação

Orientador Científico: Prof.º Doutor João Paulo Martins

Co-orientadora Científica: Prof.ª Teresa Olazabal Cabral

Júri

Presidente: Prof.º José Brandão

Vogais: Prof.º Luis Moreira

Prof.º Doutor João Paulo Martins

Prof.ª Teresa Olazabal Cabral

Dezembro de 2010

Agradecimentos

- À Professora Teresa Olazabal Cabral e ao Professor João Paulo Martins pela orientação;
- Aos Designers António Queirós, Artur Rebelo e ao Nuno Gusmão pelas entrevistas, pela disponibilização do material relevante para a nossa investigação e pela leitura e aprovação dos textos redigidos sobre a análise dos respectivos projectos;
- Ao Designer António Queirós pela visita guiada ao Estádio Municipal de Braga;
- À Architecta Paisagista Catarina Raposo do atelier Global, à Fábria Fernandes, coordenadora do projecto Ermida de Belém e ao Pedro Calisto, Técnico Superior no sector Arquitectura e planeamento da APL pelas entrevistas concedidas;
- À Joana e aos Alexandres Côte-Real, pelo hospitalidade na minha ida ao Porto;
- À Felipa Almeida pela ajuda na tradução do abstract;
- À Inês Delicioso, à Mafalda Luz e à Rita Miranda pela companhia e apoio nos dias de leitura e de investigação.

Resumo

Esta dissertação tem como principal objectivo entender como o designer de Comunicação pode contribuir para a construção da identidade de um espaço.

A cidade é um sistema complexo de conexões entre espaços, indivíduos, entidades, objectos e edifícios onde o designer pode intervir. Estas intervenções não necessitam obrigatoriamente de comunicar informação funcional, de rápida e fácil interpretação, mas podem ser expressivas e caracterizadoras do espaço, contribuindo assim, em conjunto com outras disciplinas como a Arquitectura, o Urbanismo ou o Design de Equipamento, para a construção de um ambiente com identidade reconhecível, objectivos definidos e adequação ao público a que se destina.

O espaço deve ter identidade e interagir com aqueles que o utilizam e dele se apropriam, orientando-os, não só de forma lógica, como também de forma lúdica, através de projectos de comunicação integrados, transformando o espaço e o design de comunicação num só.

Nesta investigação estudam-se as diferentes tipologias e metodologias de projectos de comunicação inseridos no espaço para perceber quais os seus níveis de integração, através da observação crítica das diversas características que os constituem, tais como a escolha da tipografia, dos materiais, das cores, ou dos símbolos, entre outras.

Faz-se uma análise de três projectos realizados por ateliers portugueses, em diferentes campos de intervenção, procurando compreender quais os métodos utilizados, quais as questões levantadas, qual o nível de interacção do projecto de design com o projecto de arquitectura, qual a relação entre os vários intervenientes (encomendador, arquitecto e designer de comunicação), quais os constrangimentos projectuais e, por fim, quais as expectativas e respostas dos utilizadores na vivência do espaço projectado.

Para estudo escolhemos a intervenção gráfica nas bocas de acesso às bancadas do Estádio Municipal de Braga efectuada pelo atelier AntónioQueirósDesign em 2003, a intervenção gráfica na pista ciclável Cais Sodré – Belém projectada pelo atelier Po6 em 2008 e a intervenção gráfica na fachada da Ermida da Nossa Senhora da Conceição no bairro de Belém em Setembro de 2008, da autoria do atelier R2.

Palavras-Chave

design de comunicação, identidade, imagem do espaço, *wayfinding*, arquitectura.

Abstract

The main objective of this dissertation is to understand how the communication designer can contribute to the construction of the identity of a space.

The city represents a complex system of connections between spaces, individuals, entities, objects and buildings in which the designer can intervene. These interventions do not necessarily need to provide functional information, fast and easy to interpret, but may also express the characteristics of this particular space. They can contribute, together with other disciplines such as Architecture, Urban Planning or Equipment Design to the construction of an environment with recognizable identity and objectives and suitable for the public it is intended to.

The space must have an identity and interact with those who use it so that they can feel they own it, advising them not only logically but also in a playful way, with integrated communication projects, transforming the space and communication design into one.

The aim of this project is to study the different types and methods of communication and information integrated into the public space and to find out their degree of integration, through the observation of several critical features, such as the choice of typography, materials, colours, or symbols, among others.

This dissertation analyzes three projects developed by Portuguese studios working in different areas of activity, to understand the methods used, the issues raised, the level of interaction between the design project and the architectural design, and the relationship between the sponsor, the architect and the communication designer. The aim is also to define the projects' constraints and the expectations and responses of users while experiencing space design.

The three chosen case studies are the graphic intervention on the entry tunnels of the Braga Municipal Stadium developed by the AntónioQueirósDesign studio in 2003, the graphic intervention on the cycling lane Cais Sodré – Belém (Lisbon) by Po6 studio in 2008 and the graphic intervention on the front of the Chapel of Nossa Senhora da Conceição in the neighbourhood Belém (Lisbon) in September 2008, designed by the R2 studio.

Key words

communication design, identity, image space, wayfinding, architecture.

Índice

| | |
|--------------------------------|--------|
| Agradecimentos | p.i |
| Resumo | p.iii |
| Abstract | p.v |
| Índice | p.vii |
| Índice de imagens | p.xi |
| Lista de abreviaturas e siglas | p.xvii |

| | |
|--------------------------------|------|
| 1 Introdução | p.1 |
| 1.1 Introdução | p.3 |
| 1.2 Título | p.7 |
| 1.3 Questão da investigação | p.7 |
| 1.4 Hipótese | p.7 |
| 1.5 Objectivos | p.7 |
| 1.6 Desenho da investigação | p.8 |
| 1.7 Organograma | p.9 |
| 1.8 Calendário da investigação | p.10 |

| | |
|--|------|
| 2 A Cidade e a construção dos seus espaços | p.11 |
| 2.1 Introdução | p.13 |
| 2.2 História da evolução da Cidade | p.15 |
| 2.3 O Indivíduo e a estruturação dos espaços da Cidade | p.19 |
| 2.4 Multidisciplinaridade na construção dos espaços | p.21 |

| | |
|---|------|
| 3 Design de Comunicação para os espaços da Cidade | p.23 |
| 3.1 Introdução | p.25 |
| 3.2 História das inscrições no espaço | p.27 |
| 3.3 Design de Comunicação como elemento construtivo do espaço | p.35 |

| | |
|----------------------------|------|
| 3.4 Tipos de espaços | p.41 |
| 3.4.1 Hospitais | p.41 |
| 3.4.2 Aeroportos | p.42 |
| 3.4.3 Escolas | p.42 |
| 3.4.4 Estádios desportivos | p.43 |
| 3.4.5 Museus | p.43 |
| 3.4.6 Parques e Jardins | p.44 |
| 3.4.7 Empresas | p.44 |
| 3.4.8 Cidades | p.44 |

| | |
|--|------|
| 4 Elementos do Design de Comunicação no espaço | p.47 |
| 4.1 Introdução | p.49 |
| 4.2 Tipografia | p.51 |
| 4.2.1 Breve resumo da história da tipografia | p.51 |
| 4.2.2 A tipografia e o espaço | p.56 |
| 4.3 Cor | p.61 |
| 4.4 Pictogramas | p.65 |
| 4.5 Aplicações e Materiais | p.67 |
| 4.5.1 Aplicações planas | p.67 |
| 4.5.2 Aplicações de alto relevo | p.69 |
| 4.5.3 Aplicações de baixo relevo | p.70 |
| 4.6 Categorias de Sinais | p.71 |
| 4.6.1 Sinais de identificação | p.72 |
| 4.6.2 Sinais de direcção | p.74 |
| 4.6.3 Sinais de descrição | p.76 |
| 4.6.4 Sinais de regulamentação | p.78 |
| 4.7 Espaço como suporte | p.81 |

| | |
|---|-------|
| 5 Casos internacionais de referência | p.83 |
| 5.1 Introdução | p.85 |
| 5.2 Car dealer Pappas Group | p.86 |
| 5.3 Eureka Carpark | p.88 |
| 5.4 La Cinemathèque Française | p.90 |
| 5.5 Muro di Sormano | p.92 |
| 5.6 Performing Art Center | p.94 |
| 5.7 The Cooper Union Academic Building | p.96 |
| 5.8 Typographic Trees | p.98 |
| 5.9 University of Applied Sciences of Osnabruck | p.100 |

| | |
|--|-------|
| 6 Casos de estudo | p.103 |
| 6.1 Introdução | p.105 |
| 6.2 Bocas de acesso ao Estádio Municipal de Braga | p.107 |
| 6.2.1 Atelier AntónioQueirósDesign | p.107 |
| 6.2.2 Estádio Municipal de Braga | p.108 |
| 6.2.3 Intervenção gráfica nas Bocas de acesso ao Estádio Municipal de Braga | p.110 |
| 6.3 Pista Ciclável Cais do Sodré – Belém | p.115 |
| 6.3.1 Atelier Po6 | p.115 |
| 6.3.2 Projecto Pista Ciclável | p.116 |
| 6.3.3 Intervenção gráfica na Pista Ciclável Cais do Sodré - Belém | p.118 |
| 6.4 Fachada da Ermida de Nossa Senhora da Conceição | p.125 |
| 6.4.1 Atelier R2 | p.125 |
| 6.4.2 Projecto “Ermida de Belém” | p.126 |
| 6.4.3 Intervenção Gráfica na fachada da Ermida de Nossa Senhora da Conceição | p.127 |

| | |
|--------------|-------|
| 7 Conclusões | p.133 |
|--------------|-------|

| | |
|----------------------------|-------|
| Referências Bibliográficas | p.141 |
| Bibliografia | p.145 |
| Glossário | p.151 |
| Anexos | p.155 |
| Declaração António Queirós | p.157 |
| Declaração Nuno Gusmão | p.159 |
| Declaração Artur Rebelo | p.161 |
| Declaração Catarina Raposo | p.163 |
| Declaração Pedro Calisto | p.165 |
| Declaração Fábia fernandes | p.167 |

Índice de imagens

| | |
|--|------|
| Figura 1 - Organograma | p.9 |
| Figura 2 – Calendário da Investigação | p.10 |
| Figura 3 – Pinturas Rupestres | p.27 |
| Figura 4 – Hieróglifos | p.28 |
| Figura 5 – Hieróglifos 2 | p.28 |
| Figura 6 - Capitalis Monumentalis | p.29 |
| Figura 7 – Coluna de Trajano | p.29 |
| Figura 8 - Inscrição Árabe | p.30 |
| Figura 9 – Mural de Abril | p.31 |
| Figura 10 – Graffiti | p.31 |
| Figura 11 – Lisboa Mural | p.32 |
| Figura 12 – London Corner | p.33 |
| Figura 13 – Fenício/Grego/Romano | p.52 |
| Figura 14 – Carolíngia | p.52 |
| Figura 15 – Garamond | p.53 |
| Figura 16 – Bodoni | p.53 |
| Figura 17 – Rockwell Extra Bold | p.54 |
| Figura 18 – Futura | p.54 |
| Figura 19 – Gill Sans | p.55 |
| Figura 20 – Akzidenz Grotesk | p.55 |
| Figura 21 – New Alphabet | p.55 |
| Figura 22 – Algumas variações da família Univers | p.56 |
| Figura 23 – Caractères parecidos | p.58 |
| Figura 24 – Abertura da letra “C” | p.58 |
| Figura 25 – Olho da letra | p.58 |
| Figura 26 – Percepção visual da letra “a” e “d” | p.59 |
| Figura 27 – Altura-x grande/Altura-x pequena | p.59 |
| Figura 28 - Pictograma de transportes aéreos | p.65 |
| Figura 29 - Pictograma seta para a esquerda | p.65 |
| Figura 30 - Pictogramas | p.66 |
| Figura 31 – Piriquita | p.72 |

| | |
|---|------|
| Figura 32 – Número de porta | p.72 |
| Figura 33 – Tavares | p.72 |
| Figura 34 – Bardonecchia | p.72 |
| Figura 35 – Farol de Santa Marta | p.73 |
| Figura 36 – Nome de rua | p.73 |
| Figura 37 – Óptica do Chiado | p.73 |
| Figura 38 – Mecânico | p.73 |
| Figura 39 – Jardim de infância | p.73 |
| Figura 40 – Biblioteca | p.73 |
| Figura 41 – Cabine telefónica | p.73 |
| Figura 42 – Príncipe Real | p.74 |
| Figura 43 – Sinal de direcção | p.74 |
| Figura 44 – Sinal de direcção2 | p.74 |
| Figura 45 – Sinal de direcção3 | p.74 |
| Figura 46 – Up | p.75 |
| Figura 47 – Sinal de direcção4 | p.75 |
| Figura 48 – Sinal de direcção 5 | p.75 |
| Figura 49 – Sinal de direcção6 | p.75 |
| Figura 50 – Sinal de direcção7 | p.75 |
| Figura 51 – Sinal de direcção8 | p.75 |
| Figura 52 – Sinal de direcção9 | p.75 |
| Figura 53 – Diagrama | p.76 |
| Figura 54 – Várias direcções | p.76 |
| Figura 55 – Mapa do metro de Londres | p.76 |
| Figura 56 – Várias informações | p.76 |
| Figura 57 – Placa descritiva | p.77 |
| Figura 58 – Faculdade de Arquitectura de Lisboa | p.77 |
| Figura 59 – Livraria Artes e Letras | p.77 |
| Figura 60 – Sex Shop | p.77 |
| Figura 61 – Painel descritivo | p.77 |
| Figura 62 – Placa descritiva2 | p.77 |
| Figura 63 – Várias informações2 | p.77 |
| Figura 64 – Estacionamento para deficientes | p.78 |

| | |
|--|------|
| Figura 65 – Perigo | p.78 |
| Figura 66 – Não estacionar | p.78 |
| Figura 67 – Atenção | p.78 |
| Figura 68 – Sinais de regulamentação | p.79 |
| Figura 69 – Proibido | p.79 |
| Figura 70 – Proibido2 | p.79 |
| Figura 71 – Proibido3 | p.79 |
| Figura 72 – Proibido4 | p.79 |
| Figura 73 – Puxe | p.79 |
| Figura 74 - Pappas Group | p.86 |
| Figura 75 - Pappas Group2 | p.86 |
| Figura 76 - Pappas Group3 | p.87 |
| Figura 77 - Pappas Group4 | p.87 |
| Figura 78 - Pappas Group5 | p.87 |
| Figura 79 - Eureka Carpark up | p.88 |
| Figura 80 - Eureka Carpark down | p.88 |
| Figura 81 - Eureka Carpark in | p.89 |
| Figura 82 - Eureka Carpark out | p.89 |
| Figura 83 - La Cinemathèque Française | p.90 |
| Figura 84 - La Cinemathèque Française2 | p.90 |
| Figura 85 - La Cinemathèque Française3 | p.91 |
| Figura 86 - La Cinemathèque Française4 | p.91 |
| Figura 87 - La Cinemathèque Française5 | p.91 |
| Figura 88 - La Cinemathèque Française6 | p.91 |
| Figura 89 – Muro di Sormano anos 60 | p.92 |
| Figura 90 – Muro di Sormano | p.92 |
| Figura 91 – Muro di Sormano2 | p.92 |
| Figura 92 – Muro di Sormano3 | p.93 |
| Figura 93 – Muro di Sormano4 | p.93 |
| Figura 94 – Performing Art Center | p.94 |
| Figura 95 - Performing Art Center2 | p.95 |
| Figura 96 - Performing Art Center3 | p.95 |
| Figura 97 - The Cooper Union | p.96 |

| | |
|--|-------|
| Figura 98 - The Cooper Union 1859 | p.96 |
| Figura 99 - The Cooper Union2 | p.96 |
| Figura 100 - The Cooper Union3 | p.97 |
| Figura 101 - The Cooper Union4 | p.97 |
| Figura 102 - Typographic Trees | p.98 |
| Figura 103 - Typographic Trees2 | p.98 |
| Figura 104 - Typographic Trees3 | p.98 |
| Figura 105 - Typographic Trees4 | p.99 |
| Figura 106 - Typographic Trees5 | p.99 |
| Figura 107 - Typographic Trees6 | p.99 |
| Figura 108 - Typographic Trees7 | p.99 |
| Figura 109 - University of Applied Sciences | p.101 |
| Figura 110 - University of Applied Sciences2 | p.101 |
| Figura 111 - University of Applied Sciences3 | p.101 |
| Figura 112 - University of Applied Sciences4 | p.101 |
| Figura 113 - Estádio Municipal de Braga | p.108 |
| Figura 114 - Estádio Municipal de Braga2 | p.109 |
| Figura 115 - Estádio Municipal de Braga3 | p.109 |
| Figura 116 – Anamorfose A | p.111 |
| Figura 117 - The Ambassadors | p.111 |
| Figura 118 – Degraus das bancadas | p.112 |
| Figura 119 – Número de corredor | p.112 |
| Figura 120 – DIN | p.112 |
| Figura 121 - Anamorfoses piso térreo | p.113 |
| Figura 122 – Anamorfose segundo piso | p.113 |
| Figura 123 – Anamorfose segundo piso2 | p.113 |
| Figura 124 – Anamorfose B | p.114 |
| Figura 125 – Anamorfose C | p.114 |
| Figura 126 – Anamorfose D | p.114 |
| Figura 127 – Vista aérea | p.116 |
| Figura 128 – Estudo prévio | p.117 |
| Figura 129 – Estudo prévio2 | p.117 |
| Figura 130 – Pista Ciclável | p.118 |

| | |
|--|-------|
| Figura 131 – Pista Ciclável2 | p.119 |
| Figura 132 – Produção | p.119 |
| Figura 133 – Spoleto Circles | p.120 |
| Figura 134 – Calçada portuguesa | p.120 |
| Figura 135 – Pista Ciclável3 | p.120 |
| Figura 136 – Calçada portuguesa2 | p.120 |
| Figura 137 – Pista Ciclável4 | p.120 |
| Figura 138 – Elementos Gráficos | p.121 |
| Figura 139 – Passadeira | p.122 |
| Figura 140 – Setas de aceleração | p.122 |
| Figura 141 – Sinal de atenção | p.122 |
| Figura 142 – Mosteiro dos Jerónimos | p.123 |
| Figura 143 – Onomatopeia | p.123 |
| Figura 144 – Pontão | p.123 |
| Figura 145 – Pista Ciclável5 | p.124 |
| Figura 146 – Pista Ciclável6 | p.124 |
| Figura 147 – Porta antiga da Ermida | p.126 |
| Figura 148 – Enoteca de Belém | p.126 |
| Figura 149 – Fachada da Ermida | p.128 |
| Figura 150 - Gastrotypographicalassemblage | p.129 |
| Figura 151 - Knockout | p.129 |
| Figura 152 - Mapa de produção | p.130 |
| Figura 153 – Letras MDF | p.131 |
| Figura 154 – Letras brancas | p.131 |
| Figura 155 – Letras | p.132 |
| Figura 156 – Letras2 | p.132 |
| Figura 157 – Anatomia da letra | p.151 |

Lista de Abreviaturas e Siglas

AIGA - American Institute of Graphic Arts

AGI - Alliance Graphique Internationale

APL - Administração do Porto de Lisboa

CCB - Centro Cultural de Belém

DOT - Departamento dos Transportes dos Estados Unidos

D&AD - British Design and Art Direction

ISTD - International Society of Typographic Designers

MDF - placa de fibra de madeira de média densidade

SEGD - Society for Environmental Graphic Design

UV - ultra violeta

1

Introdução

| | |
|--------------------------------|------|
| 1.1 Introdução | p.3 |
| 1.2 Título | p.7 |
| 1.3 Questão da investigação | p.7 |
| 1.4 Hipótese | p.7 |
| 1.5 Objectivos | p.7 |
| 1.6 Desenho da investigação | p.8 |
| 1.7 Organograma | p.9 |
| 1.8 Calendário da investigação | p.10 |

1.1 Introdução

“A signage system can be more than just a sign. It can give a place its identity, and figures and lettering can be an attractive adornment in themselves if properly designed”.¹

Uebele (2007; p.5).

O âmbito de estudo da nossa dissertação é o design de comunicação como disciplina caracterizadora da imagem que um utilizador de um determinado espaço formula sobre ele.

A vida da cidade é composta por diversas relações entre espaços, indivíduos, instituições, objectos e edifícios, cada um com características específicas e identidade própria.

“Estruturar e identificar o meio ambiente é uma actividade vital de todo o animal”². Tal como as outras espécies, os humanos necessitam desenvolver sentimentos de segurança e de identificação com o seu meio envolvente e, para tal, precisam estabelecer processos de comunicação através dos ambientes em que desenvolvem a sua vida.

Neste estudo é feita uma análise à cidade e ao modo como esta evoluiu ao longo dos tempos, identificando os vários tipos de relações que desenvolve com os seus utilizadores.

São apresentadas as principais disciplinas que participam na construção dos espaços da cidade e é investigada com especial enfoque a disciplina Design de Comunicação que, em conjunto com outras como a Arquitectura, o Urbanismo ou o Design de Equipamento, pode contribuir para a construção da identidade de um espaço, acrescentando-lhe significado e aumentando o reconhecimento não só do espaço como também da disciplina Design de Comunicação.

¹ Tradução livre: “Um sistema de sinalização pode ser mais do que apenas sinais. Pode atribuir identidade a um espaço, e o apropriado tratamento dos seus textos e imagens pode aumentar a atractividade do sistema.” (Uebele 2007; p.5).

² Lynch (2009/1960; p.11).

O Design de Comunicação pode intervir de diversas maneiras no espaço, através de sistemas de *wayfinding*, sistemas de sinalização, ou através de intervenções gráficas que completem a informação e identificação do espaço. Estas intervenções não necessitam ser de informação pura, de rápida e fácil interpretação, mas podem ser expressivas e caracterizadoras da identidade do espaço. Esclareceremos a diversidade metodológica destas intervenções e o modo como estas se podem integrar com as restantes disciplinas na construção da imagem de um espaço com linguagem e discurso coerente.

Desde a pré-história o Homem utiliza o espaço para comunicar. Neste estudo é apresentada também uma breve história das inscrições no espaço ao longo dos tempos, explicando os seus temas e objectivos, numa tentativa de melhor compreender a necessidade da utilização do espaço e dos elementos gráficos para a comunicação.

Para a criação de uma intervenção gráfica no espaço com linguagem coerente, que responda às necessidades dos utilizadores e que estabeleça uma relação adequada com o espaço onde está inserida, conferindo-lhe personalidade e aumentando o reconhecimento da sua identidade, o designer deve ser conhecedor das propriedades e potencialidades dos elementos que a podem constituir. A tipografia, a cor, os pictogramas, os materiais e os tipos de sinais são elementos abordados neste estudo, bem como as potencialidades do espaço como suporte destes elementos.

É realizado um levantamento de exemplos internacionais de referência, onde o Design de Comunicação se relaciona com outras disciplinas projectuais na construção da identidade do espaço, com abordagens contextualizadas, que potenciam a compreensão do espaço e que são simultaneamente criativas no tratamento da informação, criando projectos integrados e expressivos.

Depois de compreendidas as disciplinas, as regras e elementos caracterizadores dos espaços da cidade e dos seus utilizadores e de observados exemplos considerados por nós como de referência para a investigação, efectuámos estudos de casos realizados por ateliers portugueses em Portugal, analisando o seu nível de integração espacial, o seu poder comunicativo, a relação entre o projecto de design de comunicação e as outras disciplinas que intervêm na construção do espaço e a relação que o projecto estabelece com os seus utilizadores.

As metodologias, as escolhas projectuais e as suas causas foram investigadas, tendo em conta o *briefing* do projecto. Os objectivos e preocupações iniciais com a integridade do espaço e com os seus utilizadores foram esclarecidas através da realização de entrevistas exploratórias aos designers, projectistas e encomendadores do projecto e da análise de documentos e publicações sobre os casos em estudo, no final os textos produzidos foram enviados para os Designers entrevistados para aprovação dos resultados obtidos.

Esta investigação permitiu-nos concluir se os projectos em estudo respondem ao *briefing*, se a mensagem pretendida é entendida pelos utilizadores, quais os pontos negativos e positivos dos projectos e se a intervenção completa o espaço ou se é vista como um “anexo”.

Como casos para estudo escolhemos três projectos com áreas de intervenção e funções diversas, nos quais o Design de Comunicação e a Arquitectura ou Urbanismo se interligam para, em conjunto, darem origem à identidade do espaço, tendo em conta os seus utilizadores e as características desse espaço.

Estes projectos revelaram-se também importantes por representarem diferentes escalas para o trabalho do designer de comunicação.

Os nossos casos de estudo são:

- A intervenção gráfica nas bocas de acesso ao Estádio Municipal de Braga, concebido pelo arquitecto Eduardo Souto de Moura, realizada pelo atelier António-QueirosDesign. Este é um projecto onde a preocupação com a integração espacial é de especial importância devido não só à excelência incontestável do projecto de arquitectura, mas também à necessidade da correcta e eficaz transmissão da informação, já que se trata de um estádio de futebol que gere multidões de utilizadores, que têm como objectivo encontrar rapidamente a bancada certa.

A intervenção é realizada através de pintura directa sobre o betão, com letras que chegam a atingir 8 metros de altura. O observador, quando se encontra no início do percurso, consegue identificar a letra e o número na sua legibilidade máxima, mas, à medida que se aproxima, assiste a uma deformação da letra, pois a legibilidade da informação deixa de ser essencial, tornando-se numa intervenção plástica que dá continuidade ao discurso arquitectónico.

- A intervenção gráfica na Pista Ciclável Cais do Sodré - Belém, projecto para a Câmara Municipal de Lisboa realizado pelo atelier de comunicação e ambientes PO6, em parceria com o atelier de arquitectura paisagista Global. Neste caso o projecto de comunicação intervém na paisagem ribeirinha da cidade.

A pista atravessa uma parte importante da cidade, tendo sido criada para desportistas e para aqueles que simplesmente queiram passear junto ao rio.

O seu objectivo é tornar a funcionalidade da pista perceptível, mas de uma forma lúdica, através da transcrição de um poema de Alberto Caeiro ao longo do percurso, “O Tejo é o mais belo rio que corre pela minha aldeia”. No seu decorrer vão sendo identificados momentos específicos da paisagem e da cidade através de intervenções no pavimento. São também indicadas zonas de pesca, zonas de perigo e os quilómetros percorridos.

- O projecto da intervenção gráfica na fachada da Ermida Nossa Senhora da Conceição em Belém foi feito pelo atelier R2. A Ermida é uma antiga capela transformada em galeria de arte contemporânea. É um trabalho que não só cria uma relação com o público e com o edifício a que se destina, como também com a rua onde está inserido.

Esta intervenção foi criada para a inauguração da galeria em Setembro de 2008 e esteve patente até Fevereiro de 2009, com o objectivo de anunciar a sua abertura e chamar a atenção das pessoas interessadas em arte contemporânea, mas com principal enfoque na comunidade de designers gráficos.

Para isso foi criada uma instalação tipográfica, preenchendo toda a fachada da Ermida, com letras em três dimensões que compõem frases do quotidiano português com alusões a Deus como o verso “Deus quer, o homem sonha, a obra nasce” de Fernando Pessoa ou o provérbio popular “Deus quando fecha uma porta abre a janela”. A cor e a textura das letras foram projectadas de forma a parecer que estas faziam parte integrante da parede.

1.2 Título

Contributos do Design de Comunicação para a construção da identidade de um espaço: exemplos contemporâneos em Portugal.

1.3 Questão da Investigação

Os espaços estabelecem relações com aqueles que os utilizam e deles se apropriam e para isso necessitam possuir uma identidade que ajude estes utilizadores a construir a imagem desse espaço.

A disciplina Design de Comunicação pode ter um papel importante nessa construção levando-nos à seguinte questão.

De que modo e em que medida pode o Design de Comunicação contribuir para a construção da identidade de um espaço?

1.4 Hipótese

O Design de Comunicação pode acrescentar identidade aos espaços e enriquecer a sua vivência por parte dos utilizadores, através de uma utilização simultaneamente rigorosa, lúdica e criativa dos seus elementos gráficos.

1.5 Objectivos

Gerais

- Entender a importância do Design de Comunicação na construção da imagem de um espaço e a relação desta disciplina com outras que contribuem para essa construção.

Específicos

- Entender a cidade e a forma como os seus habitantes se identificam com ela;
- Identificar as necessidades das pessoas que habitam os espaços e a cidade, às quais o Design de Comunicação pode responder;
- Reconhecer regras e metodologias de trabalhar a informação gráfica no espaço;
- Compreender as funções e relações entre os vários intervenientes envolvidos na construção da imagem de um espaço.
- Investigar o que de melhor se faz na área em Portugal, analisando alguns projectos, de maneira a entender, na sua globalidade, os objectivos iniciais dos projectos, o seu desenvolvimento e as suas conclusões.

1.6 Desenho da Investigação

O primeiro momento metodológico da nossa investigação de título “Contributos do Design de Comunicação para a construção da identidade de um espaço: exemplos contemporâneos em Portugal.” consiste numa metodologia mista com base qualitativa não intervencionista que constituirá o estado da arte, a partir da recolha, selecção, análise e crítica da literatura e da análise de casos internacionais.

O nosso estado da arte ajudou-nos a melhor compreender os espaços da cidade e as disciplinas que contribuem para a sua construção, com especial enfoque para a disciplina do Design de Comunicação. Os elementos e as características mais importantes desta disciplina foram analisados e casos internacionais de referência onde a disciplina Design de Comunicação tem um papel importante na construção da identidade dos espaços foram investigados.

Este momento ajudou-nos na formulação da nossa hipótese: O Design de Comunicação pode acrescentar identidade aos espaços e enriquecer a sua vivência por parte dos utilizadores, através de uma utilização simultaneamente rigorosa, lúdica e criativa dos seus elementos gráficos.

O segundo momento metodológico da investigação consiste numa metodologia mista com base qualitativa não intervencionista, no qual foram feitos estudos de três projectos realizados por ateliers portugueses em Portugal.

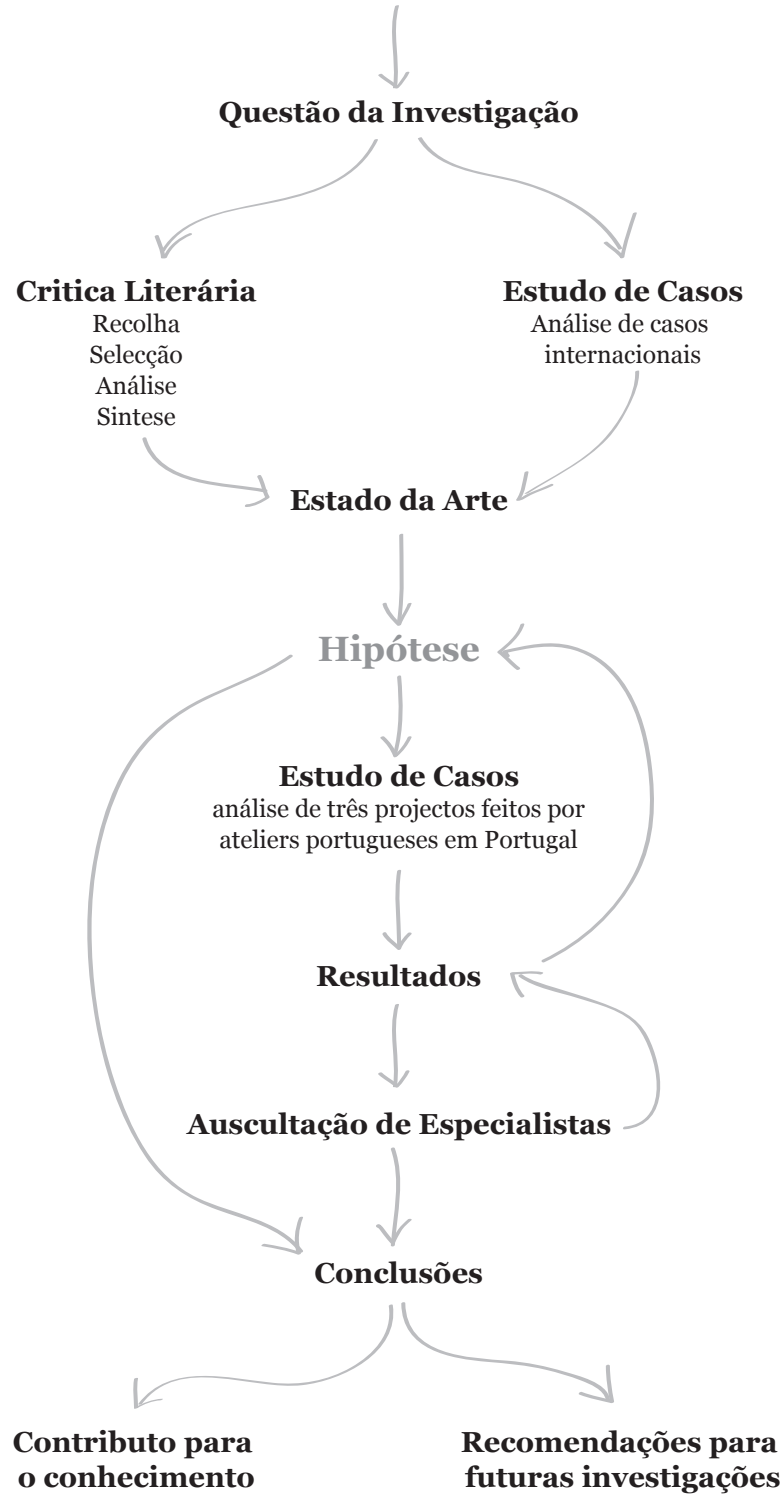
Estes estudos consistiram na análise de todo o desenvolvimento projectual, na revisão de artigos e publicações sobre os projectos e na realização de entrevistas exploratórias aos designers, encomendadores e outros projectistas envolvidos, bem como visitas aos espaços em estudo, com o objectivo de obter resultados que comprovem, ou não, a nossa hipótese.

Os textos produzidos sobre os casos de estudo portugueses foram enviados aos designers entrevistados para validação da análise efectuada e dos resultados obtidos.

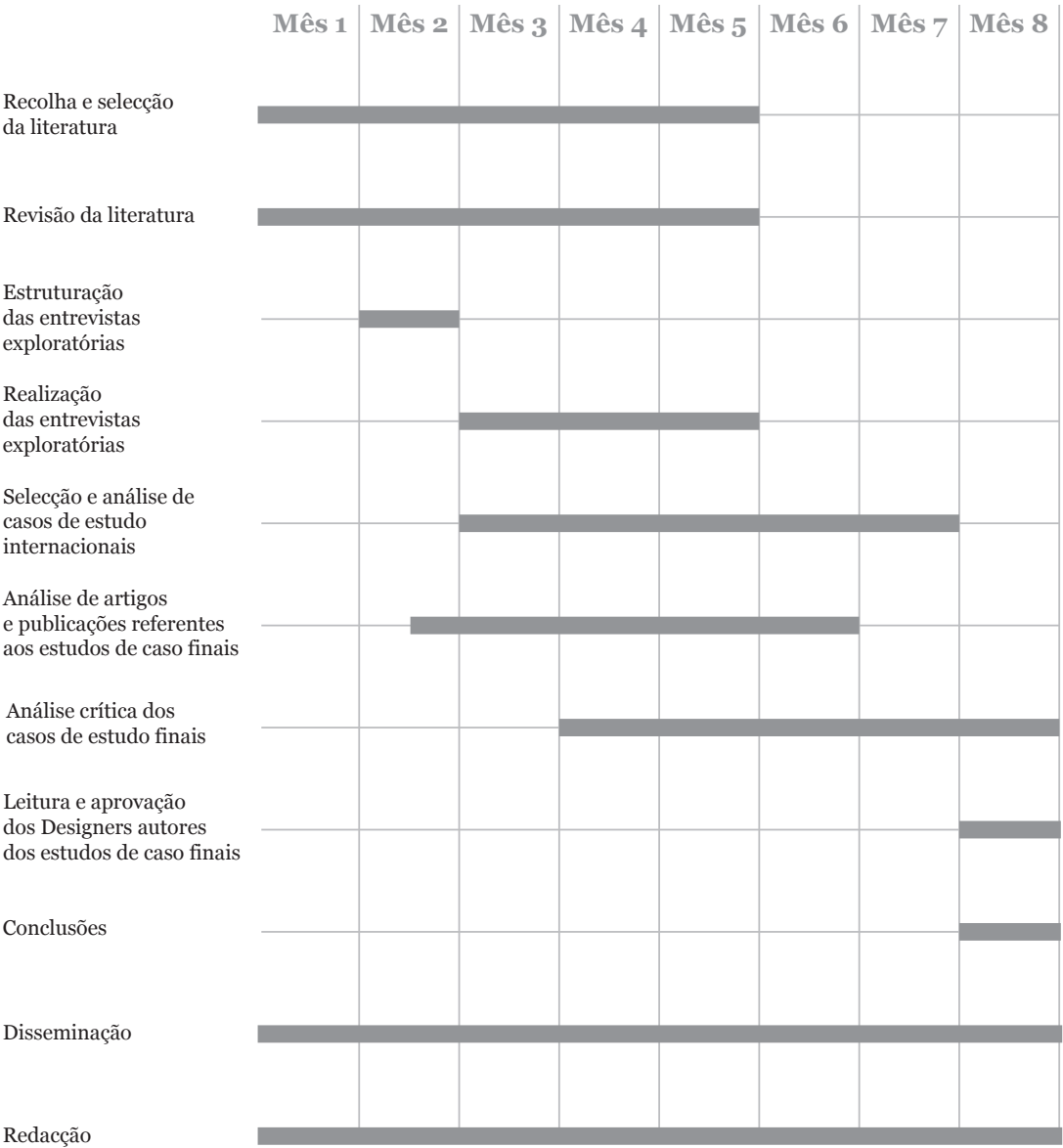
Depois de validados os nossos resultados pelos designers envolvidos no estudo podemos então comprovar a nossa hipótese e enunciar as nossas conclusões, deste modo contribuindo para o conhecimento desta área e recomendando temas para investigações futuras.

1.7 Organograma Fig.1

Contributos do Design de Comunicação para a construção da identidade de um espaço: exemplos contemporâneos em Portugal



1.8 Calendário da Investigação Fig.2



2

A Cidade e a construção dos seus espaços

| | |
|--|------|
| 2.1 Introdução | p.13 |
| 2.2 História da evolução da Cidade | p.15 |
| 2.3 O Indivíduo e a estruturação dos espaços da Cidade | p.19 |
| 2.4 Multidisciplinaridade na construção dos espaços | p.21 |

2.1 Introdução

*“The term ‘city’ means anything and everything.”*³

Caves (2005; p.xxi).

Para podermos falar da importância do papel do Design de Comunicação na construção de espaços na cidade precisamos, primeiro, de compreender o que é a cidade, quem a habita, quais os intervenientes na sua construção e gestão, e como esta evoluiu ao longo dos tempos.

Neste capítulo encontra-se uma breve história da evolução da cidade e da relação que esta celebra com os seus habitantes e são apresentadas as principais disciplinas envolvidas na construção dos conjuntos urbanos.

³ Tradução livre: “O termo ‘Cidade’ significa tudo e mais qualquer coisa.” (Caves 2005; p.xxi).

2.2 História da Evolução da Cidade

A cidade é um organismo complexo, repleto de elementos específicos e diversificados, também eles complexos, como os seus habitantes e as culturas dos grupos a que pertencem; a forma da cidade, a história da sua evolução e a gestão dos seus espaços públicos e privados; bem como as instituições que formulam e gerem as regras de vivência em sociedade.

Todos estes elementos geram relações entre si, dando vida à cidade e contribuindo para o consequente crescimento da mesma.

Segundo Gallian e Eisner, “o termo ‘cidade’ implica a concentração de um grupo de pessoas numa determinada área geográfica que possa sustentar-se a partir das actividades económicas da cidade de uma forma razoavelmente permanente”.⁴

Podemos falar deste fenómeno desde o tempo em que o Homem vivia na natureza, quando os grupos humanos procuravam áreas perto de fontes de água e terrenos férteis para poderem sobreviver em grupo sem terem de se afastar muito do local onde estavam instalados. Estes grupos aproveitavam todas as reservas do local e quando estas acabavam partiam em busca de um novo. Os grupos escolhiam os pontos mais altos para acampar, como estratégia para poderem ver quem se aproximava e para controlarem e defenderem os campos envolventes. Gradualmente, as construções passaram a ser mais resistentes e permanentes, não só para usufruto próprio como para defender as terras de futuras invasões.

As cidades seriam pontuadas com monumentos glorificando as conquistas dos seus habitantes e com templos dedicados a deuses e a personalidades importantes. Estes edifícios de excepção davam estatuto de poder à cidade e por isso os seus líderes competiam pela construção dos monumentos mais imponentes.

A cidade continuou a crescer, ganhando formas e estruturas reconhecíveis, funcionalmente especializadas, como os espaços de convívio e de comércio que eram situados em locais específicos para que facilmente todos os seus habitantes os pudessem encontrar.

⁴ Tradução livre de: “the word ‘city’ implies a concentration of people in a geographic area who can support themselves from the city’s economic activities on a fairly permanent basis” (Gallian & Eisner 1983; p.5).

A população cresceu e diversificou-se, a cidade alargou-se e nasceram novas necessidades, decorrentes da complexidade crescente e da necessidade de promover a coexistência entre indivíduos e grupos de origem, com interesses e objectivos bastante distintos. Com o aumento da população aumentou também o risco de contaminação de doenças, a poluição e a criminalidade.

Surgiu a necessidade de criação de novas regras de conduta para melhor se viver em comunidade e de planos de construção para um melhor crescimento da cidade. A Revolução Industrial veio modificar drasticamente a cidade. A economia, que até então assentava principalmente na agricultura passava a possuir uma natureza urbana e industrial.

O desenvolvimento das tecnologias de produção e dos transportes mudou a indústria e muitas pessoas passaram a imigrar para a cidade em busca de emprego e de novas oportunidades, deixando algumas zonas rurais completamente desertas.

A Revolução Industrial veio configurar o maior problema das cidades desde então, a sobrelotação populacional.

“A estrutura e a forma das cidades mundiais modificou-se com o passar dos tempos. Muitas cidades compactas confrontam-se com diferentes graus de expansão para as periferias. Cidades que antes possuíam um único centro económico têm agora múltiplos centros espalhados pelo seu território. Novas cidades estão a desenvolver-se nas periferias de outras cidades. Novos padrões de expansão de território estão a emergir. Preocupações ambientais sobre o desenvolvimento desordenado surgem por todo mundo”.⁵

Hoje em dia, as cidades tornaram-se grandes centros de poder social, político e económico, construindo uma identidade cultural múltipla que é resultado dos laços criados pelos seus habitantes, identificando-se com os seus pares, formando grupos que partilham as mesmas realizações humanas, partilhando o mesmo espaço.

5 Tradução livre de: “*The structure and form of the world cities have changed over time. Many former compact cities are experiencing varying degrees of peripheral expansion. Cities that once possessed a single downtown business area now have multiple business areas scattered throughout the city. New cities are developing on the periphery of other cities. New patterns of land development are emerging. Environment concerns over haphazard development are surfacing everywhere*” (Caves 2005; p.xxviii).

As cidades evoluíram de tal forma que a sua área metropolitana pode chegar a abranger na sua extensão várias cidades, possuindo uma notável multiplicidade cultural.

Segundo Roger Caves “identidade cultural tem a ver com as ligações resultantes da interacção entre as pessoas e os espaços da cidade. Assentes em valores históricos e culturais, as pessoas estabelecem ligações com o espaço urbano. Estas conexões atribuem um significado a esse espaço, activando a consciência das pessoas em relação à sua própria identidade cultural”.⁶

Um dos problemas das cidades contemporâneas é a preservação da sua identidade cultural, pois a par do desenvolvimento dos transportes, do grande fluxo de imigração, do crescimento dos meios de comunicação e do aparecimento da internet surgiu uma nova realidade: a globalização.

A cidade necessita agora, mais do que nunca, de se diferenciar para preservar a sua identidade, construindo espaços estruturados e com significado que criem relações com os seus habitantes e lhes dêem um sentimento de pertença.

A cidade deve ser possuidora de uma estrutura organizada e reconhecível, tendo uma imagem própria proveniente das memórias e relações que cria com os seus habitantes. Segundo Kevin Lynch,⁷ isto decorrerá da existência de um meio ambiente com identidade (individualidade, particularidade ou distinção), estrutura (relação estrutural ou espacial do objecto com o utilizador) e significado (significado prático e emocional).

A existência desta imagem fornece aos utilizadores dos espaços da cidade guias e orientações que lhes proporcionam um sentimento de segurança e de identificação. A necessidade de saber onde estamos e como chegar onde queremos ir, é de natureza humana e quando estas informações não nos são evidentes sentimo-nos perdidos.

“Um meio ambiente característico e legível não proporciona apenas segurança mas também intensifica a profundidade e a intensidade da experiência humana”.⁸

6 Tradução livre de: “*cultural identity has to do with the links that yield from an interaction between people and space in cities. Rooted in cultural and historic values people establish connections to the urban space. These connections attribute a meaning to that space, activating people’s awareness about their own cultural identity*” (Caves 2005; p.106).

7 Lynch (2009/1960: p.16).

8 Lynch (2009/1960: p.12).

2.3 O Indivíduo e a estruturação dos espaços da Cidade

“A criação da imagem ambiental é um processo duplo entre observador e observado. Aquilo que se vê é baseado na forma exterior, mas a forma como isso se interpreta e organiza e como se dirige a atenção afecta, por sua vez, o que é visto. O organismo humano é altamente adaptável e flexível e grupos diferentes podem ter imagens essencialmente diferentes da mesma realidade exterior”.⁹

Quando se criam espaços para a cidade, criam-se espaços para os habitantes da cidade. Pretende-se que estes espaços se enquadrem na estrutura da cidade e sejam estímulos ao desenvolvimento da actividade humana.

Criar espaços para pessoas envolve inúmeras preocupações, como identificação, orientação, segurança. Existem vários factores humanos a ter em conta na construção do espaço, que podem justificar respostas e comportamentos diferentes, como a idade, o sexo, a cultura, as capacidades físicas e motoras.

Os indivíduos são adaptáveis e procuram sempre encontrar um ponto de equilíbrio na relação com o meio ambiente, auto-regulando-se em conformidade com as alterações ou com a diversidade do meio ambiente, respondendo e actuando sobre estes. Se os espaços não forem estruturados e com uma identidade explicitamente marcada, os indivíduos podem ter dificuldades em alcançar este equilíbrio entrando num estado de bloqueio e ansiedade.

Outro factor a ter em conta são os diferentes tipos de espaços que podemos encontrar. Determinados espaços, como Hospitais, Aeroportos ou Escolas têm funções e necessidades de comunicação distintas, e os seus utilizadores comportam-se de maneiras diferentes quando deparados com estas realidades.

É necessário conhecer bem o público que vai habitar os espaços antes de os desenharmos. E isto implica compreender que os indivíduos são elementos complexos, difíceis de controlar e com comportamentos imprevisíveis.

A construção dos espaços é resultado desta compreensão, pois a sua estrutura, as suas fronteiras, a sua forma e a sua personalidade são respostas às necessidades dos utilizadores.

⁹ Lynch (2009/1960; p.134).

“As formas não têm apenas a ver com concepções estéticas, ideológicas, culturais ou arquitectónicas, mas encontram-se indissociavelmente ligadas a comportamentos, à apropriação e utilização do espaço, e à vida comunitária dos cidadãos”.¹⁰

¹⁰ Lamos (1992; p.28).

2.4 Multidisciplinaridade na construção de espaços

Como vimos, a vida da cidade é composta por diversas relações entre espaços, indivíduos, instituições, objectos e edifícios, cada um com características específicas e identidade própria.

“Estruturar e identificar o meio ambiente é uma actividade vital de todo o animal”¹¹. Todo o indivíduo quando experiencia um espaço procura intuitivamente elementos de identificação para se poder orientar; para isso os ambientes devem comunicar com os seus utilizadores, desenvolvendo sentimentos de segurança e de reconhecimento.

A construção de espaços é uma actividade multidisciplinar e a ligação de diferentes disciplinas nessa construção pode aumentar as capacidades de resposta dos espaços às necessidade dos seus utilizadores e à consequente criação da identidade do espaço. Como disciplinas intervenientes na construção de espaços podemos considerar a Arquitectura, a Arquitectura Paisagista, o Urbanismo, o Design de Equipamento, o Design de Comunicação e muitas outras como as engenharias, a economia, o marketing e a política. Estas disciplinas, apesar de desempenharem diferentes funções e intervirem em diferentes áreas, partilham alguns objectivos na construção de espaços e são divergentes noutros, gerando por vezes uma tensão que pode ser positiva para o desenvolvimento do projecto, estruturando e atribuindo assim características aos espaços que potenciem a experiência humana. É essa partilha que torna possível a colaboração e o diálogo entre as disciplinas abrindo novas perspectivas e descobrindo novas respostas.

O Urbanismo é a disciplina que organiza o espaço urbano, definindo as áreas da cidade e estabelecendo ligações entre elas. É já por si uma disciplina multidisciplinar que contribui para a construção da forma da cidade e da imagem que os seus habitantes dela formulam.

A Arquitectura elabora os espaços e os seus elementos, define áreas para determinadas funções e os seus limites, desenha edificações e atribui uma linguagem formal aos espaços que facilita a identificação das suas funções e do público a que se destina.

¹¹ Lynch (2009/1960; p.11).

A Architecta Paisagista estrutura e gere espaços livres, constrói paisagens envolvendo todos os seus elementos, sendo eles naturais ou não, estabelecendo sempre uma ligação à Architectura e ao Urbanismo.

O Design de Equipamento trabalha com a produção de objectos e produtos tridimensionais para usufruto humano. Cria sistemas de equipamento e mobiliário urbano que respondam às variadas necessidades dos utilizadores dos espaços.

O Design de Comunicação pode intervir de diversas maneiras no espaço, através da criação de sistemas de *wayfinding*, sinalização ou de intervenções gráficas que completem a informação, orientem os seus utilizadores e que facilitem a identificação do espaço e das suas funções, atribuindo características ao espaço que enfatizem a sua identidade.

“A identidade de uma janela pode estar estruturada num conjunto de janelas, que é pista para a identificação de um edifício. Os edifícios por sua vez, estão interligados de tal modo que constituem um espaço identificável e assim sucessivamente”.¹²

¹² Lynch (2009/1960; p.87).

3

Design de Comunicação para os espaços da Cidade

| | |
|---|------|
| 3.1 Introdução | p.25 |
| 3.2 História das inscrições no espaço | p.27 |
| 3.3 Design de Comunicação como elemento construtivo do espaço | p.35 |
| 3.4 Tipos de espaços | p.41 |
| 3.4.1 Hospitais | p.41 |
| 3.4.2 Aeroportos | p.42 |
| 3.4.3 Escolas | p.42 |
| 3.4.4 Estádios desportivos | p.43 |
| 3.4.5 Museus | p.43 |
| 3.4.6 Parques e Jardins | p.44 |
| 3.4.7 Empresas | p.44 |
| 3.4.8 Cidades | p.44 |

3.1 Introdução

Pretende-se com este capítulo a compreensão da disciplina Design de Comunicação na construção dos espaços.

O Design de Comunicação pode intervir de variadas maneiras no espaço, dependendo do contexto, do observador e da mensagem a transmitir.

Neste capítulo apresentamos uma história breve das inscrições feitas pelo homem desde a pré-história até aos dias de hoje, tentando perceber os propósitos e a natureza das mensagens dessas intervenções.

Procuraremos explicar os diferentes termos que definem a disciplina de Design de Comunicação para o espaço, bem como as suas origens e analisar os diferentes tipos de espaços com características e necessidades de comunicação distintas.

3.2 História das inscrições no espaço

Ainda o papel e a escrita estavam longe de ser inventados e já o homem da pré-história comunicava através de representações simbólicas pintadas em cavernas. Pinturas rupestres é o nome que se dá a estas inscrições pertencentes ao período Paleolítico e Neolítico que vai desde 40.000 a.c. até 4.000 a.c..

Estas pinturas eram realizadas nas paredes das cavernas e em superfícies rochosas no exterior e as suas tintas eram feitas a partir de elementos naturais, como por exemplo, o sangue, a saliva e a argila. Segundo Philip Meggs¹³, o seu principal objectivo era de intuito utilitário, comunicando as caçadas aos outros elementos do grupo e traçando estratégias para futuras caçadas. Outro objectivo era de intuito ritualista para atingir poder sobre os animais e ter sucesso na caçada.

Animais de grande porte como cavalos e bisontes apareciam representados por formas simples. Nas pinturas mais antigas, o homem raramente era representado, só em desenhos esquemáticos de actividades como a dança ou a caça.

Mais tarde o homem começou a desenhar-se a si próprio e aos seus objectos do quotidiano, transmitindo ideias e conceitos, contando histórias.

Foi o princípio da escrita.



Fig. 3
Pinturas Rupestres
Vila Nova de Foz Côa
[http://www.rupestre.it/
images/rvide002_01.jpg](http://www.rupestre.it/images/rvide002_01.jpg)

¹³ Meggs P (1983/1998; p.5).

Na Mesopotâmia, uma das primeiras civilizações conhecidas, a vida era regada pela religião. Nos templos, sacerdotes e escribas eram representados nas paredes e colunas, contando a história da sua religião através de uma escrita pictográfica e numérica.

Cerca de 3100 a.c., no antigo Egito, foi inventada a escrita por hieróglifos, que em grego significa “escritos sagrados”. Era uma escrita pictográfica realizada inicialmente nas paredes dos templos e túmulos contendo mensagens religiosas e mitológicas.

Nas paredes contavam-se as histórias de deuses, de mitos, de práticas culturais dos habitantes e glorificavam-se os reis, as conquistas e os triunfos arquitectónicos.

Mais tarde, os hieróglifos começaram a ser gravados por toda a parte como elemento decorativo e de mensagem institucional, preenchendo não só o interior e o exterior dos templos e túmulos, como também edifícios, mobiliário, vestuário e jóias.

Na Grécia antiga faziam-se inscrições sobre pedra nos monumentos, mas foi no império romano que este tipo de inscrição foi mais praticada.

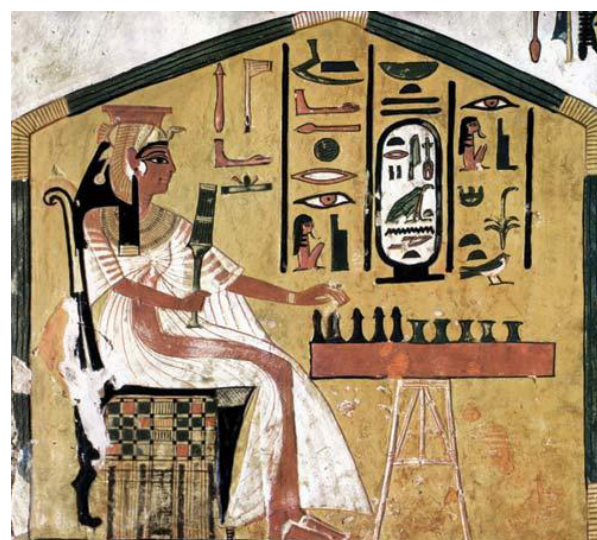


Fig. 4
Hieróglifos
<http://curitiba.olx.com.br/curso-online-de-hieroglifos-egipcios-iid-88773541>



Fig. 5
Hieróglifos 2
http://bp3.blogger.com/_EeC3vciE9fo/R-5jR86oyEI/AAAAAAAAABcs/WHBGrbSIGOI/s1600-h/YEA_EgyptHieroglifosEdfu2.jpg

Os romanos deixaram inúmeras marcas por todo o vasto território do seu império, que se tornaram importantes em diversos campos da história da humanidade. O seu modelo de civilização foi exportado por toda a sua área de conquista, através da construção de estradas, cidades, pontes, aquedutos, fortificações e monumentos. Nas suas construções faziam-se inscrições gravadas sobre pedra, identificando edifícios e monumentos, glorificando figuras importantes e contando factos históricos. Nestas inscrições utilizava-se um desenho de letra com eixos verticais e serfas aguçadas provenientes da caligrafia, que é a base do desenho das letras maiúsculas que utilizamos hoje em dia.

A forma destas letra era uma consequência do método de produção utilizado. Primeiro as letras eram desenhadas no papel com recurso de um pincel de cabeça cortada, depois eram redesenhadas sobre a pedra para serem gravadas.

Um dos principais marcos na história da letra é a coluna de Trajano, contruída em Roma no ano 117 para comemorar a vitória da guerra contra os Dácios, devido à inscrição que se encontra na sua base. Esta inscrição glorifica a capacidade militar do Imperador Trajano e é um dos mais emblemáticos exemplos da escrita romana. O desenho das letras ficou conhecido como *Capitalis Monumentalis*, sendo bastante parecido com o que utilizamos hoje nas letras maiúsculas, devido ao facto de após a invenção da imprensa tipográfica, em 1450, se ter utilizado este tipo de letra como base para o desenho de alfabetos utilizados neste novo processo de impressão.

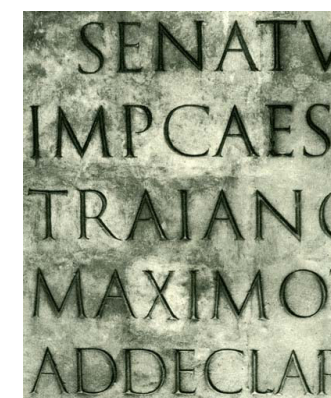


Fig. 6
Capitalis Monumentalis
<http://tipografos.net/escrita/letra-dos-romanos-1.html>



Fig. 7
Coluna de Trajano
Fotografia de Matthis Kabel
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/e/ee/Trajans_column_from_north.jpg

O desenvolvimento da escrita proporcionado pelos romanos, não só nas inscrições em monumentos e edifícios como também em documentos como livros e cartas e o consequente aumento da população letrada atribuiu à letra e à palavra uma enorme influência na vida civil.

No decorrer de toda a história da humanidade podemos encontrar inúmeras utilizações para a escrita nos espaços como a Religião, a Política, a Auto-Expressão, a Publicidade e a Sinalização.

Já nas inscrições do antigo Egipto se faziam referências a deuses e a crenças religiosas. E mais tarde, no período romano, também se podem encontrar inscrições referentes ao cristianismo. Hoje em dia, orações e adorações a Deus, a Santos e a pessoas que já partiram continuam a ser inscritas nos interiores de igrejas e túmulos católicos.

Nos países muçulmanos podemos encontrar inscrições referentes a Alá e aos ensinamentos do Corão a preencher mesquitas e templos.



Fig. 8
Inscrição Árabe
Fez, Marrocos
Afonso Almeida 2009

Na política, inúmeras mensagens de propaganda ou de oposição ao governo são pintadas nas paredes das ruas das cidades. Estas constituem mensagens de intervenção urbana, muitas vezes ilegal.

Portugal tem um marco importante na história dos murais políticos, no período pós-25 de Abril de 1974. Depois da revolução, principalmente na década de 70, os murais com mensagens políticas tomaram conta das ruas da cidade lançando palavras de ordem e de libertação contra os 48 anos anteriores, de vigência da ditadura.

Na Irlanda do Norte podem encontrar-se alguns dos mais famosos murais políticos a nível mundial. Estes murais produzidos também a partir da década de 70 exprimem temas políticos relacionados com a liberdade de expressão, orientação sexual e religiosa.

Na década de 70 deu-se ainda o aparecimento de uma nova forma de arte urbana, o graffiti, que se popularizou quando os *writers* (aqueles que concebem o *graffiti*) deixavam nas paredes da cidade de Nova Iorque¹⁴ assinaturas e escreviam mensagens de teor político ou filosófico.

Com a grande generalização mundial, o *graffiti* rapidamente se tornou numa guerra de estilos caligráficos. Os *writers* começaram a marcar as ruas da cidade, deixando o seu nome ou *tag* em todo lado, apropriando-se na maioria das vezes ilegalmente das paredes da cidade e vandalizando edifícios e monumentos com o objectivo de ganhar respeito e reconhecimento entre os outros artistas urbanos.



Fig. 9
Mural de Abril
Fotografia de António Paixão Esteves
<http://diario.iol.pt/politica/murais-25-de-abril-revolucao/943599-4072.html>

¹⁴ Lewisohn (2009/2008).



Fig. 10
Graffitis
Londres, Inglaterra
Afonso Almeida 2009

Esta constante busca pelo reconhecimento e diferenciação reflectiu-se na evolução dos estilos gráficos e na inovação das suas técnicas de pintura. Muitos *writers* ficaram mundialmente famosos pelo seu estilo gráfico como Jean Michel Basquiat, Keith Haring e outros artistas entretanto reconhecidos, que tentaram a sua sorte nesta guerra urbana.

Hoje em dia, o *graffiti* é um movimento urbano mundial tendo inúmeros tipos, estilos e técnicas gráficas que existem em diversos contextos. Podendo ir desde o simples rabisco ou *tag* repetido para demarcação de território até ao grande mural em locais apropriados, chegando a atingir a notoriedade de uma obra de arte.



Fig. 11
Lisboa Mural
Os Gémeos, 2010
<http://osgemeos.com.br/index.php/blog/arquivo/lisboa-mural/>

A publicidade foi mais um campo que devido ao seu rápido crescimento se apropriou das ruas da cidade.

Após a revolução industrial e com o desenvolvimento da sociedade de consumo, as marcas entraram na guerra da propaganda para poderem vender os seus produtos. Cartazes e mais tarde anúncios de rádio e de televisão, exibiam produtos aumentando o apetite do consumidor.

Hoje em dia a concorrência entre os produtos no mercado de consumo é enorme e a publicidade tem de inovar nas suas técnicas para chamar a atenção do consumidor. Os anúncios ganham as suas versões no espaço público e chegam a atingir escalas monumentais, tornando-se muitas vezes intrusivos na paisagem da cidade e no dia-a-dia do cidadão.

A sinalização nasceu da necessidade de orientar o indivíduo pelos espaços da cidade indicando-lhe o caminho a seguir e identificando possíveis pontos de interesse. A estruturação da sua intervenção no espaço urbano adquire pois uma extrema importância.

Desde a Roma antiga que nomes de ruas e edifícios eram gravados nas paredes. Estas gravações foram evoluindo com os estilos artísticos e com os desenvolvimentos tecnológicos. Hoje em dia fazem parte da imagem da cidade, conferindo identidade aos seus espaços, tornando a sua estrutura mais legível e potenciando a experiência de vivência na cidade.

Fig. 12
London Corner
Londres, Inglaterra
Afonso Almeida 2009



3.3 Design de Comunicação como elemento construtivo do espaço

Como já foi referido, a necessidade de identificarmos o local onde estamos e o caminho a realizar para atingir os nossos objectivos faz parte da natureza humana. Quando o espaço carece destas informações sentimo-nos perdidos.

“Um meio ambiente característico e legível não proporciona apenas segurança mas também intensifica a profundidade e a intensidade da experiência humana.”¹⁵

A consciencialização desta necessidade deu origem a um novo campo multidisciplinar, a que muitos teóricos gostam de chamar “*Environmental Graphic Design*”, cuja tradução para português ainda não é clara, embora exista quem lhe chame “Design de Ambientes”¹⁶.

Segundo David Gibson¹⁷, pode dizer-se que a disciplina nasce em 1960 devido à necessidade de humanizar os espaços urbanos modernos.

Na década de 70 começaram a aparecer grupos de designers de comunicação que trabalhavam mais em projectos gráficos inseridos na arquitectura do que no trabalho editorial do livro e do cartaz, referindo-se ao seu trabalho como “*architectural graphics*”, “*signage or sign-system design*” e “*wayfindign*”.

Em 1960 Kevin Lynch escreve o livro “*Image of the City*” onde refere “*way-finding*” como um sistema de orientação a partir de mapas, nomes das ruas e sinais de estradas. Este termo volta a ser referido vinte anos mais tarde no livro de Romedi Passini “*Wayfinding in Architecture*”.

Per Mollerup publica em 2006 o seu livro “*Wayshowing: a guide to environmental design*”, onde faz uma crítica à aplicação do termo “*wayfinding*” utilizada pela maioria dos profissionais da área. Mollerup diz que os utilizadores dos espaços encontram o caminho (“*wayfinding*”) que os designers lhes mostram (“*wayshowing*”).¹⁸

Devido ao crescimento do grupo de profissionais dedicados à comunicação no espaço, nasceu em 1973 a SEGD (*Society for Environmental Graphic Design*).

¹⁵ Lynch (2009/1960; p.12).

¹⁶ Centro Português de Design (2009).

¹⁷ Gibson (2009; p.13).

¹⁸ Mollerup (2006; p.5).

Esta sociedade é uma comunidade global de pessoas que trabalham na intersecção entre o design de comunicação e o espaço construído, partilhando estudos e projectos realizados por todo o mundo através do seu site e de variadas publicações.

O nome “*Environmental Graphic Design*” surgiu da denominação “*architectural graphic design*” mas como “*architectural design*” poderia ser confundido com o projecto de edifícios e “*architectural*” era uma expressão bastante limitativa para descrever o campo disciplinar desta actividade, que abrange não só arquitectura, como também espaços abertos, estradas e cidades, os seus criadores preferiram substituir “*architectural*” por “*environmental*”.¹⁹

Segundo a SEG D²⁰, *Environmental Graphic Design* é um campo que abrange varias disciplinas como o Design Gráfico, a Arquitectura, o Design de Interiores, o Urbanismo e o Design de Produto, com o objectivo comum de orientar as pessoas, dando-lhes informações, comunicando a identidade dos espaços e transformando os espaços em lugares. Podendo ser considerados como exemplos projectos de *wayfinding*, projectos de sinalização, design de identidades, design de exposições e design de mapas.

A diferença entre *Environmental Graphic Design* e outros tipos de design é a explícita intenção de comunicar e informar a partir de símbolos, palavras, diagramas e imagens integrados no espaço. O principal desafio para um projecto de comunicação integrado no espaço é a compreensão dos seus antecedentes culturais e dos objectivos dos seus futuros utilizadores, procurando entender como irão eles experienciar os espaços projectados.

Wayne Hunt²¹ diz que o campo de trabalho do *Environmental Graphic Design* pode abranger um edifício, um complexo de edifícios, uma cidade ou até uma rede de transportes que se relaciona com vários espaços ou cidades, podendo então a disciplina responder com três áreas distintas mas relacionadas: Sinalização e *Wayfinding*, que orientam e ajudam as pessoas a navegar num espaço; *Interpretation*, que conta a história do espaço; *Placemaking*, que cria uma imagem distintiva do espaço.

19 Calori (2007; p4).

20 Society for Environmental Graphic Design (2010).

21 Wayne Hunt in Calori (2007; pp.4-9).

A sinalização ajuda as pessoas a descobrirem o seu caminho num espaço a partir de placas direccionais, sinais ou pictogramas. Mas um sistema de sinalização deve considerar muito mais do que a simples criação de símbolos, pois a sua linguagem gráfica tem um papel importante na criação da identidade de um espaço, dando-lhe características não só funcionais como decorativas.²²

A sinalização para além de encaminhar as pessoas, pode reflectir a identidade (da cidade, do bairro, da empresa ou da instituição). O tipo de letra e todas as outras componentes gráficas do projecto no seu conjunto, quando bem articuladas entre si conseguem criar relações com os seus utilizadores, provocando sensações de empatia e identificação.

“obviamente a sinalização tem a oportunidade de aumentar consideravelmente a excelência de qualquer ambiente construído, adicionando-lhe, com especial atenção ao detalhes, cor, materiais compatíveis e mais importante boa tipografia de carácter reconhecível e de fácil leitura, para reforçar o estilo e os valores do local, instituição ou companhia que o patrocina.”²³

Wayfinding tem o mesmo objectivo da sinalização, o de ajudar as pessoas a encontrarem o seu caminho, mas o seu sistema pode ser bastante mais complexo, os percursos que se pretendem que o utilizador compreenda são bem estruturados e, para além dos elementos utilizados pela sinalização, como as placas direccionais, os sinais e os pictogramas, utiliza também mapas ou pistas visuais, como planos de cor, elementos de repetição ou de diferenciação, criando um sistema de códigos intuitivamente identificados pelo utilizador.

Como na sinalização, este é um processo activo em que o utilizador tem tanta importância como o sistema de navegação, pois se o utilizador não for capaz de decifrar as mensagens que o espaço lhe envia o sistema revela-se inútil.

22 Uebele (2005; aba do livro).

23 Tradução livre de: “of course, the opportunity exists for signage to add considerably to the excellence of any built environment, adding, by careful attention to details, color, compatible materials, and most importantly good typography that is easy to read and has character, often to reinforce the style and standards of the place, institution, or company which stands behind it.” Calori (2007; p.VIII).

Na planificação de um sistema de *wayfinding* ou de sinalização, o utilizador tem de ser sempre bem estudado, uma vez que a descodificação das mensagens pode variar consoante a cultura, educação, atitudes ou mesmo a personalidade de cada um e também consoante o tipo de espaço e o grau de ansiedade do utilizador na vivência desse espaço.

Muitas vezes, os observadores não reparam nos elementos do sistema de *wayfinding* pois estes estão concebidos para passarem despercebidos, sendo por vezes pequenos estímulos que levam o utilizador a seguir um caminho e não outro.

A *Interpretation* é a forma como é explicada ao utilizador a história, o conceito ou o tema de um objecto, espaço, evento ou empresa, interceptando-se com a sinalização ou com o sistema de *wayfinding* sob a forma de textos, imagens, objectos ou mesmo elementos multimédia, interpretando a informação.

Placemaking dá uma imagem distinta a um espaço, através de características memoráveis que criam relações com o utilizador, dando personalidade e aspectos de diferenciação ao espaço.

Todas estas áreas da disciplina podem ajudar na criação do sentido de espaço, das respectivas direcções e fronteiras, tendo todas como principal objectivo comunicar. Se este objectivo não for explícito, o *Placemaking* pode ser compreendido como um exercício de arquitectura ou como uma instalação plástica.

Os espaços devem ter uma personalidade distinta e conseguir comunicar a sua identidade, para que os seus utilizadores se relacionem com eles e facilmente os identifiquem. “Há muitos anos atrás mesmo esta simples forma de comunicar era raramente necessária em edifícios públicos. A igreja da aldeia e a sala de convívio eram identificadas pela sua forma; entradas e saídas eram facilmente localizadas e reconhecidas por todos”.²⁴

²⁴ Tradução livre de: “Many years ago even this simple form of communication was seldom needed for public buildings. The village church and the meeting house were identified by their form; entrances and exits were easily located and familiar to all” (Follis & Hammer 1979; p.11).

Para criar esta identidade, são importantes, não só o estilo arquitectónico ou a divisão dos espaços, mas também a forma de tratar a informação e a mensagem que o espaço quer transmitir ao seu utilizador.

Se a informação do espaço não estiver bem organizada, a sua mensagem pode não ser descodificada pelo utilizador e como consequência a identidade do espaço não é comunicada e o utilizador pode sentir-se perdido.

3.3 Tipos de espaços

Quando se projecta para o espaço deve ter-se em conta que diferentes espaços suscitam diferentes necessidades de comunicação, consoante as respectivas funções, contexto e utilizadores.

A elaboração de um plano de *wayfinding* ou de sinalização para um Hospital tem regras e resoluções bastante diferentes das que se utilizam para um Museu de Arte Contemporânea, por exemplo.

Neste subcapítulo iremos identificar algumas das necessidades que segundo Per Mollerup²⁵ e Craig Berger²⁶ são distintas em diferentes tipos de espaços.

3.3.1 Hospitais

Os hospitais são espaços complexos que possuem variadas funções e departamentos e são utilizados por inúmeras pessoas com diferentes necessidades de orientação, sendo que a sua principal função é o tratamento de doentes e a prevenção de futuras doenças.

A sinalização nestes espaços deve auxiliar os pacientes, os visitantes, os médicos e os funcionários.

É necessário ter em conta os hospitais recebem todos os dias pessoas de todas as línguas e culturas, muitas delas analfabetas ou com problemas físicos e psicológicos que necessitam de orientação rápida e eficaz.

Normalmente, para além dos médicos e funcionários, as pessoas que utilizam os hospitais não conhecem a sua estrutura e não estão familiarizadas com os nomes dos departamentos nem com os termos das suas funções tornando-os difíceis de encontrar.

A sinalização dentro do hospital deve ser bem estruturada, facilmente reconhecível e adaptável ao público variado.

Normalmente este tipo de espaços é caracterizado pelo seu aspecto frio e impessoal concebido em função da estrita funcionalidade, cabe ao designer em conjunto com os outros intervenientes na construção destes espaços, a criação de um ambiente mais acolhedor e memorável mas que ao mesmo tempo não se imponha às emoções vividas pelos seus utilizadores.

²⁵ Mollerup (2006).

²⁶ Berger (2005).

A sinalização de um hospital não deve existir só no seu interior, deve começar no exterior, desde a casa do doente. É necessária a existência de indicações eficazes nas cidades para que o acesso ao hospital seja rápido e de fácil identificação.

3.3.2 Aeroportos

A principal característica do público dos aeroportos é o multiculturalismo e o facto de serem utilizados apenas como locais de passagem e sempre com horários a cumprir. Pessoas de todos os cantos do mundo utilizam os aeroportos e estes devem estar preparados para as orientarem.

No meio do caos de pessoas, de lojas e publicidade, as bilheteiras, portas de embarque, salas de espera, entradas e saídas devem estar bem identificadas. A sinalização deve ser bem visível e legível; a informação deve saltar à vista e ser reconhecida pelos utilizadores.

É fácil uma pessoa perder-se num aeroporto, pois as distâncias são longas e o tempo que normalmente se possui para as percorrer é curto. Isto adicionado ao nervosismo da viagem e aos problemas físicos e psicológicos de alguns utilizadores pode resultar na perda do voo, podendo significar que o sistema de sinalização não foi eficaz.

Num aeroporto existem pessoas que partem, necessitando de orientação para chegarem ao seu avião, e pessoas que chegam, para apanharem transportes para o centro da cidade ou para apanharem outro avião.

A sinalização deve estar devidamente estruturada e hierarquizada para orientar todos os seus utilizadores do modo mais rápido e eficaz possível.

3.3.3 Escolas

Nas escolas e universidades deve ter-se em conta que podem existir estudantes de todo o país ou até estudantes internacionais que não estão familiarizados com a língua.

Edifícios, corredores, salas de aulas, zonas de estudo, zonas de convívio, áreas de alunos, áreas de professores devem ser bem identificadas. A informação deve ser hierarquizada e reconhecível.

O sistema de sinalização deve também reflectir a identidade da escola, contribuindo para aumentar as relações e o sentimento de identificação dos alunos e funcionários com a instituição.

3.3.4 Estádios Desportivos

O público nestes espaços normalmente entra em grandes grupos para assistir às manifestações que aí têm lugar. A confusão e a pressa de chegar aos lugares é muita e se não existir um sistema de orientação bem planeado pode gerar-se o caos.

Corredores, bancadas, andares, camarotes, cadeiras, zonas privadas ou de passagem proibida, bares, casas de banho e percursos de saída devem ser devidamente assinalados e de fácil reconhecimento para o utilizador.

A sinalização dos estádios, para além de orientar, deve também estabelecer uma relação emocional com o público, representando a identidade do clube a quem o estádio pertence.

A publicidade e as referências a patrocinadores também devem ser tidas em conta; por vezes a sinalização deve transmitir também a identidade das entidades que apoiam o estádio e os clubes.

3.3.5 Museus

Nos museus, ao contrário do que sucede nos aeroportos e hospitais, as pessoas não correm contra o tempo. Os utilizadores vão aos museus para ver, aprender e passear, disponibilizando parte do seu tempo.

Por isso a sinalização pode ser mais informal podendo ter elementos de maior interacção com o indivíduo.

A sinalização deve ser parte integrante do edifício dando-lhe personalidade e aumentando o reconhecimento da sua identidade.

Para além de identificar as áreas do museu e orientar os utilizadores pelo espaço, o sistema de sinalização também deve conter dispositivos de explicação das obras e das colecções, podendo estes ter um desenho específico para cada exposição ou ter a mesma linguagem que os restantes dispositivos do sistema.

É importante uma adequada hierarquização da informação para que o visitante identifique com facilidade aquela que é fundamental.

A sinalização deve estar preparada para constantes alterações no espaço devido à mudança das exposições.

3.3.6 Parques ou Jardins

O principal objectivo da sinalização em parques é aumentar o conforto e o desfrute do utilizador, potenciando a experiência do espaço e a relação do utilizador com a natureza.

As pessoas vão ao parques e jardins para passear, descansar, namorar, fazer desporto, entre muitas outras actividades lúdicas.

Se não se sentirem orientadas, o medo e a insegurança podem dificultar o desfrute do espaço.

Sinais de identificação de serviços, mapas e diagramas explicativos do local, mapas com possibilidades de percursos e indicações de áreas para funções específicas são exemplos de dispositivos que podem existir nestes espaços.

3.3.7 Empresas

A sinalização de uma empresa, para além de orientar deve transmitir a mensagem da mesma, dando-lhe personalidade e aumentando o reconhecimento da sua identidade.

Um sistema de sinalização coeso e que reflecta a cultura da empresa pode potenciar as relações que os trabalhadores, clientes e visitantes estabelecem com ela.

Numa empresa é tão importante identificar serviços, escritórios e as funções de cada área como comunicar a sua filosofia de trabalho.

3.3.8 Cidades

Como já referimos, as cidades são sistemas complexos repletos de ligações entre espaço-indivíduo, indivíduo-indivíduo e espaço-espaço.

A estrutura urbana deve estar organizada para receber, orientar e regar o tráfego automóvel e pedonal, de forma a não propiciar o caos.

Pessoas de todas as línguas e culturas utilizam a cidade no seu dia a dia com objectivos e necessidades diferentes.

A sinalização nas cidades deve responder a códigos e regras sistemáticos reconhecidos pelo público; deve ser facilmente reconhecida destacando-se sem ferir demasiado a paisagem.

Sinais para peões devem ser facilmente distinguidos de sinais para automobilistas; sinais de regulamentação de trânsito devem estar diferenciados dos sinais de referências históricas.

A informação necessita estar perfeitamente estudada e hierarquizada para ser facilmente reconhecida e rapidamente assimilada pelo indivíduo.

4

Elementos do Design de Comunicação no espaço

| | |
|--|------|
| 4.1 Introdução | p.49 |
| 4.2 Tipografia | p.51 |
| 4.2.1 Breve resumo da história da tipografia | p.51 |
| 4.2.2 A tipografia e o espaço | p.56 |
| 4.3 Cor | p.61 |
| 4.4 Pictogramas | p.65 |
| 4.5 Aplicações e Materiais | p.67 |
| 4.5.1 Aplicações planas | p.67 |
| 4.5.2 Aplicações de alto relevo | p.69 |
| 4.5.3 Aplicações de baixo relevo | p.70 |
| 4.6 Categorias de Sinais | p.71 |
| 4.6.1 Sinais de identificação | p.72 |
| 4.6.2 Sinais de direcção | p.74 |
| 4.6.3 Sinais de descrição | p.76 |
| 4.6.4 Sinais de regulamentação | p.78 |
| 4.7 Espaço como suporte | p.81 |

4.1 Introdução

“Good designers learn all the rules before they start breaking them”.²⁷

Spiekermann & Ginger (2003; p 39).

Para a realização de qualquer projecto é necessário conhecer as características dos elementos que se podem utilizar para o seu desenvolvimento. No Design de Comunicação isso não é excepção, quanto melhor se entenderem as limitações e as potencialidades dos elementos gráficos que se podem utilizar nos projectos, melhores poderão os resultados.

Com o conhecimento desses elementos o designer ganha mais apetência para a experimentação e criação de soluções inovadoras e de eficácia superior.

A tipografia, a cor, os pictogramas, os materiais e os tipos de sinais são elementos analisados neste capítulo, bem como as potencialidades do espaço como suporte destes elementos.

²⁷ Tradução livre: “Bons designers aprendem todas as regras antes de as começarem a destruir.” (Spiekermann & Ginger 2003; p 39).

4.2 Tipografia

“Não há, por assim dizer, um único metro de paisagem urbana em que não se veja o nome de uma casa, uma tabuleta, um letreiro de estrada, um placard publicitário, um painel para afixação de cartazes (...) Os tipos de letra mais funcionais são os que, através de um espaçamento adequado dos caracteres, transmitem claramente as suas indicações à distância a que se pretende que sejam lidas”.²⁸

A tipografia²⁹ é um dos principais elementos em qualquer campo do design de comunicação, sendo um elemento potenciador na significação da linguagem de um espaço pois pode transformar os seus conteúdos em mensagens facilmente compreendidas pelo observador. Para isso é necessário compreender as suas características, perceber a anatomia da letra e a importância da escala, o espaçamento, a entrelinha e a hierarquia de conteúdos, bem como ter uma noção clara da sua história.

4.2.1 Breve resumo da história da tipografia

O alfabeto latino constituído por 26 letras foi desenvolvido a partir do alfabeto inventado pelos fenícios por volta de 1200 a.c..

A grande inovação dos fenícios foi a descoberta de que os sons podiam ser representados através de símbolos gráficos, permitindo criar palavras através da junção desses símbolos.. Por exemplo, no alfabeto fenício o actual “B” provinha do início do som da palavra “beth” que significava casa e o símbolo utilizado para esta letra era o já então utilizado para representar “casa”. O seu alfabeto era constituído apenas por 22 consoantes, não existindo vogais.

A partir de 800 a.c. os povos gregos começaram a reconhecer o potencial deste sistema e em 403 a.c. adoptaram-no como o seu alfabeto adaptando alguns dos nomes para os seus sons (*aleph* passou a *alpha* e *beth* passou a *beta*), dando origem à palavra *alphabet*, e acrescentando novos signos para algumas letras.

²⁸ Cullen (1983/1961; p.95).

²⁹ Tipografia - “the art of designing with type” (Craig & Scala 2006/1971: p.6).

Quinhentos anos mais tarde, os romanos adoptaram o alfabeto grego alterando as designações dos símbolos para as representações de sons individuais que efectivamente as letras representavam, deixando de ser *alpha*, *beta*... para passar às actuais A,B,C.

Os romanos deixaram “cair” algumas letras gregas e introduziram outras novas, chegando a um alfabeto de 23 letras que é ainda o nosso alfabeto latino actual (ao qual foram mais tarde acrescentadas as letras “J”, “U” e “W”).

Com a evolução do alfabeto e o aumento do número de pessoas letradas, a escrita começou a ser um elemento comum e estruturante da vida em sociedade.

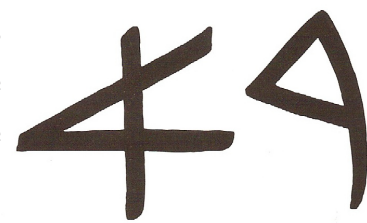
As letras minúsculas apareceram só no séc.VIII como consequência da escrita cursiva, rápida e manual.

Durante o império de Carlos Magno popularizou-se o tipo de letra Carolíngia devido ao facto deste imperador se ter apercebido que seria uma mais valia fazer com que todos os povos sob o seu domínio usassem o mesmo tipo de letra.

A Carolíngia era um desenho para letras minúsculas, claro, uniforme, com formas arredondadas e abertas.

Por volta de 1450 Johannes Gutenberg inventou a prensa tipográfica (embora este método de impressão já tivesse sido descoberto na China por volta de 1040, não tendo grande desenvolvimento devido ao enorme número de caracteres requeridos pela escrita chinesa), dando início à Revolução da Imprensa, considerado um dos marcos mais importantes do período Moderno. A escrita deixou de ser feita à mão para ser produzida de um modo mecânico e em massa.

Este novo processo consistia na impressão em série a partir de tipos de metal móveis e reutilizáveis.



Phoenician: aleph and beth



Greek: alpha and beta



Roman: A and B

Fig. 13
Fenício/Grego/Romano
Craig & Koral Scala (2006/1971; p.9)

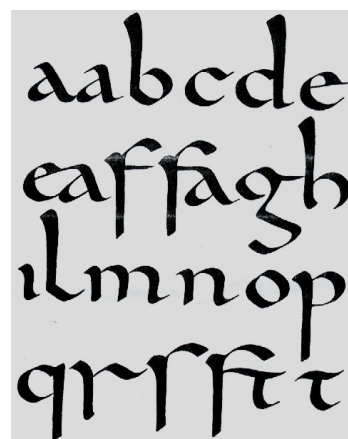


Fig. 14
Carolíngia
<http://comunidad.uem.es/jjimenez/archive/2008/4>

A composição da página era feita através da junção de vários tipos que eram prensados sobre a folha de papel, utilizando uma tinta à base de óleo de rápida secagem.

A invenção de Gutenberg originou também o redesenho e o aparecimento de muitos tipos de letra. Gutenberg desenvolveu vários tipos de letra góticos pois na época era o estilo de desenho utilizado na Alemanha.

Ao longo da segunda metade do séc. XV escritores e humanistas italianos rejeitaram as escritas góticas muito elaboradas em favor da letra *antica*, uma letra de desenho clássico com formas largas e abertas inspiradas na Carolíngia, hoje categorizadas como letras Humanistas ou *Oldstyle*.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ123456

Fig. 15
Garamond
Claude Garamond 1530

Também em Itália, no início do séc. XVI, foi desenhado o primeiro tipo de letra designado como itálico, uma forma de escrita aproximada da escrita caligráfica cursiva.

A partir do fim dos século XVII começam a aparecer as chamadas letras de de transição, como o tipo de letra Baskerville ou Caslon, que possuíam um maior contraste entre as várias espessuras da letra e uma maior geometrização, mas mantendo ainda uma forte relação com a caligrafia.

No final do século XVIII tipógrafos como Giambattista Bodoni e Firmin Didot tentaram geometrizar ainda mais o desenho das letras e criaram tipos de letra com eixos verticais e fortes contrastes de espessuras finas e grossas, dando início à exploração da geometrização dos elementos que construía a letra.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ123456

Fig. 16
Bodoni
Giambattista Bodoni 1798

No século XIX, a Revolução Industrial e o consequente crescimento do consumo e da produção em série originaram novas necessidades de comunicação, como a propaganda. Esta pedia novas formas tipográficas, novas abordagens que destacassem a mensagem representada.

A resposta a esta necessidade foi, entre outras, o desenho dos tipos de letra egípcios, caracterizadas por serifas rectangulares grossas e pesadas, quase decorativos que funcionavam só para grandes títulos.

A B C D E F a b c d e f 1 2 3 4

Fig. 17
Rockwell Extra Bold
Monotype Design Studio 1934

No início do séc. XX vários artistas rejeitam a história. Na Bauhaus designers como Herbert Bayer e Josef Albers criam alfabetos a partir de formas geométricas elementares que acreditavam ser elementos de linguagem universal. No entanto, esses tipos de letra não vingaram pois a legibilidade em texto, com corpos de letra pequenos, era reduzida.

Apesar de tudo, esta experimentação do século XX deu origem a novos tipos de letra funcionais e legíveis, criados por autores mais ligados à indústria do livro, tais como a Futura, desenhada por Paul Renner. Este tipo de letra geometriza a forma das letras, aproximando-se de uma linguagem mais pura e abstracta, mas não esquece a origem caligráfica das letras. É ainda bastante utilizada nos tempos de hoje, sendo considerada multifuncional e comercial.

O tipo de letra Futura tem um minucioso estudo no que diz respeito à percepção visual das suas formas. Para atingir o equilíbrio formal no desenho das letras da Futura, Paul Renner, não as geometriza totalmente, mas desenha-as de maneira a que a leitura imediata seja de letras compostas por elementos rectos e circulares, totalmente geométricos, mesmo não o sendo.

A B C D E F G a b c d e f g 1 2 3 4 5 6

Fig. 18
Futura
Paul Renner 1928

No séc. XX podemos também encontrar tipos de letra Humanistas sem serifas como o Gill Sans, que tem referencias da caligrafia e algumas diferenças de espessura mas sem utilizar serifas, e tipos de letra transicionais sem serifas como a Akzidenz Grotesk e a Helvética, tipos de letra de carácter uniforme e erecto com pouca diferença entre espessuras.

A B C D E F G a b c d e f g 1 2 3 4 5 6

Fig. 19
Gill Sans
Eric Gill 1930

A B C D E F G a b c d e f g 1 2 3 4 5 6

Fig. 20
Akzidenz Grotesk
Type Foundry Berthold 1896

No início da década de 1990, com o desenvolvimento das tecnologias e da informática, os tipos de letra tiveram de se adaptar a um novo desenho composto por pixels. Muitos novos tipos de letra foram criados para este novo suporte. Em 1967, Wim Crowel desenhou um alfabeto para o ecrã de computador, no qual a caligrafia era completamente esquecida. As suas letras são constituídas por linhas rectas horizontais e verticais com formas sistemáticas e regradas.

J b c d e f g h i l r t L g n o p

Fig. 21
New Alphabet
Wim Crowel 1967

Muitos designers do séc.XX criaram grandes famílias tipográficas, com variadas versões para se adaptarem a diferentes situações, como por exemplo a família *Univers* de Adrian Frutiger (1957) ou mais recentemente, a família *Thesis* de Lucas de Groot (1994).



Fig. 22
Algumas variações da família *Univers*
Adrian Frutiger 1957

Actualmente, com o desenvolvimento dos computadores e dos programas de desenho digital, a produção de tipos de letra tornou-se mais rápida, sendo aparentemente mais fácil mas, sendo de facto uma actividade bastante complexa. O designer deve ter em consideração tanto a forma das letras, como o seu espacejamento, os suportes a que se destina e a adaptação a vários tamanhos.

4.2.2 A Tipografia e o Espaço

Um dos elementos principais na disciplina de Design de Comunicação são as letras. Na criação da identidade de um espaço, a escolha e o tratamento da tipografia é de elevada importância, pois “a tipografia é uma ferramenta com a qual o conteúdo ganha forma, a linguagem ganha corpo físico e as mensagens ganham fluxo social”.³⁰

Quando se faz uma instalação tipográfica ou se constrói um sistema de sinalética tem de se ter em conta o contexto em que se está a trabalhar. O espaço onde se vai intervir tem uma linguagem que deve ser contínua e uma mensagem que deve ser facilmente identificada.

Como já referimos atrás, existem várias classificações de tipos de letra e dentro dessas existem centenas de fontes, sendo bastante importante a sua meticulosa escolha, pois o estilo gráfico e a imagem visual criados pelo tipo de letra são outros tantos factores de definição da identidade do espaço.

Segundo Chris Calori³¹ existem três grandes factores a ter em conta na escolha da tipografia. A adequação formal em relação ao contexto onde esta vai estar inserida; a longevidade do estilo, pois quando se constrói um espaço este vai existir por largos anos e é essencial que o estilo do tipo de letra escolhido tenha capacidade para aguentar todo esse tempo sem se tornar cansativo; e a legibilidade. Em relação a este último factor, o espaço e as distâncias a que a mensagem vai ser lida devem ser tidos em conta, para uma eficaz transmissão da mensagem.

³⁰ Lupton (2006/2004: p.8).

³¹ Calori (2007; p.106).

O tipo de letra deve relacionar-se de uma forma eficaz e clara com o projecto que se está a desenvolver. A escolha de um tipo de letra com serifas ou sem serifas é das mais importantes, pois as serifas têm conotações clássicas e as sem serifas são entendidas como contemporâneas. No entanto, não se pode fazer decorrer daqui uma regra absoluta. Por vezes, a tensão e o contraste são desejados.

“O estilo da letra deve adequar-se ao contexto arquitectónico. Um tipo de letra Frutiger de aspecto moderno iria parecer completamente deslocada num edifício barroco”.³²

Uma letra com serifas quando aumentada para uma grande escala pode ganhar protagonismo individual devido ao seu desenho elaborado, sendo também por esta razão que hoje em dia se utilizam mais letras sem serifas.

Se o projecto for feito para durar bastantes anos deve escolher-se um tipo de letra que se possa adaptar às mudanças artísticas e culturais, ou seja um tipo de letra que seja de desenho mais simples e com poucas referências estilísticas.

Por outro lado, em determinados projectos a escolha da tipografia é feita a partir da imagem gráfica da instituição para a qual se está a trabalhar. Certas instituições têm uma imagem já bastante reconhecida e para reafirmar a sua identidade o tipo de letra utilizado para a comunicação dos espaços é o tipo presente na imagem gráfica.

Quando se escolhe um tipo de letra é necessário também compreender qual o suporte que o vai receber, quem o vai ler e a que distância. Para depois se realizar o tratamento tipográfico adequado.

Da boa e fácil legibilidade da mensagem resulta uma melhor satisfação do utilizador e uma maior compreensão do espaço.

Os tipos de letra mais legíveis têm caracteres bem definidos e de fácil reconhecimento (devem evitar-se tipos de letra decorativas e demasiado elaboradas), e as letras não têm uma espessura muito fina, para não desaparecerem, nem muito grossa, para que visualmente não pareçam um bloco.

³² Tradução livre de: “*Lettering must fit the architectural context. A modern-looking Frutiger font would seem thoroughly out of place in a baroque building.*” (Uebele 2007; p.18).

Os caracteres de uma fonte devem estar relacionados a nível formal para funcionarem como família e em conjunto serem entendidos como palavra, mas não devem ser muito parecidos uns com os outros para não se confundirem na leitura; os caracteres devem poder ser compreendidos como individuais, mas dentro de um conjunto bem desenhado. É necessário ter em atenção a utilização de caracteres formalmente parecidos como o “o” e o “a”, o “l” e o “I” ou o “i” e o “1”. (fig. 22)



Fig. 23
Caractères parecidos
Century Gothic

A escolha de um tipo de letra com adequada abertura de letra também é importante, se a letra tiver uma abertura grande é identificada mais facilmente, mas o excesso de espaço branco que cria pode desequilibrar a palavra. (fig.23)

O desenho do “olho” também pode dar expressividade individual ao carácter distinguindo-o dos outros. (fig.24)



Fig. 24
Abertura da letra “C”
Futura/Helvética



Fig. 25
Olho da letra
Helvética light

A preocupação do designer de tipos de letra com o desenho detalhado de cada fonte parece para muitos uma perda de tempo, mas é de extrema importância. Muitos caracteres são meticulosamente desenhados para concederem ao observador um maior conforto e facilidade de leitura, e para isso qualquer pequeno pormenor conta.

A forma dos diversos caracteres de uma fonte e a relação entre eles é definida para que ao olho do leitor pareça equilibrada. O que vemos como um círculo perfeito ou uma simetria impecável pode na verdade não o ser. (fig.25)

“O que se vê é o que existe - confie nos seus olhos e não nas medidas científicas”.³³

³³ Tradução livre de: “What you see is what you get – trust your eyes, not the scientific measurements” (Spiekermann & Ginger 2003; p.55).



Fig. 26
Percepção visual da letra “a” e “d”
Futura

Como já referimos atrás em relação ao tipo de letra “Futura”, o importante é a percepção visual que temos daquilo que observamos e não tanto a sua realidade geométrica.

Para utilização no espaço em que a leitura é feita a longas distâncias, é aconselhável a utilização de fontes com altura-x grande. As fontes com uma grande altura-x (e, conseqüentemente, pequenos ascendentes e descendentes) são mais fáceis de ler em formatos pequenos ou a longas distâncias e ocupam menos espaço.

É mais fácil de ler um tipo de letra com altura-x grande e ascendentes/descendentes pequenos com o mesmo corpo de letra que um tipo de letra com altura-x pequena e ascendentes/descendentes grandes. Quanto mais pequena for a altura-x da letra maior vai ter de ser o corpo da letra para esta poder ser legível.



Fig. 27
altura-x grande/altura-x pequena
Helvética corpo 60/ Savoye corpo 60

Quanto às maiúsculas deve se ter em atenção a sua utilização numa palavra ou frase inteira; estas só são aconselhadas quando se quer dar protagonismo a alguma palavra. Utilizadas numa frase podem dificultar a sua leitura.

O mais comum quando se utiliza tipografia para sinalizar os espaço é utilizar-se letra maiúscula no início da palavra e o resto em minúsculas.

O espacejamento, a entrelinha e a escala das palavras são outras preocupações importantes que podem afectar a legibilidade e o aspecto visual da intervenção.

Deve respeitar-se o espaço entre os caracteres e as palavras, estes necessitam de espaço para não se confundirem no processo de leitura.

É necessário fazer testes de espacejamento e impressões à escala real; ver o contraste real das cores e materiais; e ter atenção às condições de iluminação e ao posicionamento dos objectos produzidos para se compreender qual o tratamento tipográfico mais adequado.

Depois de definido o tipo de letra e o seu tratamento tipográfico, a sua utilização deve ser regrada e sistemática para criar unidade visual.

“Fontes espacejadas proporcionalmente são mais fáceis de ler, ocupam menos espaço, permitem mais expressão e são mais agradáveis ao olhar”³⁴.

³⁴ Tradução livre de: “*Porportionately spaced fonts are easier to read, occupy less space, allow for more expression, and are nicer to look at*” (Spiekermann & Ginger 2003; p.125).

4.2 Cor

*“colors are a fundamental part of everyday life and greatly influence our experience of the world.”*³⁵

Gibson (2009; p.87)

A cor está por todo o lado, na natureza, nos objectos e nos espaços. As pessoas identificam-se com as cores, criam relações de afectividade e reagem perante elas. E tanto os objectos como os espaços podem beneficiar desta relação, aumentando a sua legibilidade e ganhando reconhecimento, tornando-se memoráveis.

As cores podem ajudar as pessoas a navegar no espaço, determinando limites ou definindo áreas, aumentando a compreensão e o desfrute do mesmo e podem potenciar as relações emocionais que os utilizadores estabelecem com o espaço.

Na utilização de cor no espaço arquitectónico, a diferenciação cromática, para além de poder representar as cores da instituição ou empresa oferecendo-lhe reconhecimento e significado, pode também ajudar na distinção de andares, como pisos de diferentes cores ou na diferenciação de informação, como por exemplo mensagens amarelas para língua portuguesa e mensagens azuis para língua inglesa.

Quando se trabalha com a cor no espaço, o contexto para o qual se está a projectar é de extrema importância. É necessário entender bem os objectivos e a linguagem do projecto de arquitectura ou urbanismo, saber em que área da cidade vai ser inserido o projecto e a que público se destina. Para que o resultado mais uma vez seja coeso, importa que responda às necessidades dos seus utilizadores e viva em harmonia com o espaço envolvente.

A escolha da cor nem sempre é definida pelo designer, muitas vezes o cliente já tem uma cor predefinida, quer por vontade própria ou porque são as cores da empresa ou identidade para o qual se está a trabalhar, mas quando é o designer a decidir este deve sempre investigar as conotações culturais e emocionais das cores tendo em conta o contexto do projecto.

³⁵ Tradução livre: “A cor é uma parte fundamental do nosso dia-a-dia e uma grande influência na maneira como experienciamos o mundo” (Gibson 2009; p.87).

A significação das cores pode variar consoante o país ou a cultura e cada indivíduo tem maneiras diferentes de observar e de reagir perante estímulos cromáticos. Para certas pessoas, a cor castanha pode ter uma conotação negativa, sugerindo sujidade ou terra e para outras o castanho pode ser uma cor harmonizadora, lembrando café ou chocolate.

Os grupos de identificação, como clubes de futebol, partidos políticos ou mesmo países também devem ser considerados como factores que podem diversificar as reacções perante as cores. Se estamos a projectar um espaço para um público maioritariamente sportinguista o azul pode não ser a cor mais indicada.

“A experiência de cada indivíduo é diferente e não existe uma quantidade de análises que possa garantir de que modo pessoas diferentes vão reagir perante uma determinada cor”.³⁶

É também importante ter em atenção que nem todas as pessoas são capazes de distinguir as cores. Se a cor for o único elemento de diferenciação de espaços ou de mensagens, um utilizador incapaz de fazer essa distinção não conseguirá orientar-se no espaço.

A cor deve ser utilizada como complemento de informação, existindo com a tipografia, pictogramas ou outros elementos de fácil reconhecimento.

Depois de definidas as cores que melhor se adaptam ao contexto do projecto é necessário trabalhar os contrastes de informação e a sua legibilidade.

A mensagem deve ser legível à distância pretendida e o contraste entre os seus elementos deve ser controlado, facilitando a sua leitura. Devem ser efectuados testes no espaço à escala real através de maquetas e de impressões e ter em atenção os factores externos, artificiais ou naturais, como a luz ou os materiais de suporte.

Os materiais têm diferentes texturas e a luz sobre estes pode transformar a percepção da cor. É necessário compreender que a luminosidade actua sobre a cor, transformando-a consoante as horas do dia e as intensidades de luz.

Na escolha dos materiais é fundamental ter-se em conta a sua resistência ao ambiente. Os raios UV(ultra violeta), nomeadamente, podem alterar algumas cores ao longo do tempo, sendo o encarnado e o preto as cores mais críticas.

³⁶ Tradução livre de: “*each individual’s experience differ, and no amount of analysis can successfully foretell how people will respond to the same color*” (Maggie Toy on Linton 1999; p.xv).

Um bom contraste cromático entre texto e fundo é aquele que é produzido por branco sobre uma cor escura ou preto sobre uma cor clara; normalmente a justaposição de cores resulta em contrastes relativamente menores.

Chris Calori³⁷ defende que, para uma boa diferenciação, o contraste de cores entre a cor do fundo e a cor das figuras deve ser de 70%.

Após o tratamento cromático, e consideradas as reacções das cores perante o ambiente, é necessário especificar os códigos das cores para que o produto final seja controlado. O designer tem de se certificar que a cor definida, por ele ou pelo cliente, é a cor que será aplicada no resultado final.

Para isso existem bibliotecas de códigos cromáticos, sendo a mais utilizada neste campo a *Pantone Matching System* (PMS), reconhecida pela maioria dos designers e pela indústria de produção de sinais, tintas e vinis.

³⁷ Calori (2007; p.128).

4.3 Pictogramas

“Symbols are the common language that speaks to everyone.”³⁸

Gibson (2009; p.97)

Os pictogramas são símbolos que representam conceitos, acções ou objectos através de desenhos figurativos, que podem surgir sozinhos ou a acompanhar elementos textuais. São usualmente utilizados para situações onde o observador necessita de uma leitura rápida da informação, em locais onde existem muitas pessoas de diferentes línguas e em situações em que o texto sozinho não é totalmente esclarecedor.

A sua utilização mais básica é para identificar serviços como lojas, cafés e instalações sanitárias, ou locais como farmácias, estações de comboios e aeroportos, sendo também utilizados como símbolos de regulamentação.

Os símbolos normalmente são utilizados para reforçar uma mensagem escrita, mas também podem substituir palavras, quando o seu significado ultrapassa barreiras linguísticas e culturais como é o caso de símbolo do aeroporto.

Por vezes os pictogramas comunicam melhor a informação do que certas palavras. A imagem de uma seta para a esquerda indica a direcção mais rápido e eficazmente do que a frase “vire à esquerda”.

Embora alguns possam parecer universalmente compreendidos os pictogramas possuem limitações culturais. Os símbolos para instalações sanitárias masculinas e femininas não são sempre eficientes e podem por vezes ser ofensivos. Existem culturas onde ambos os sexos

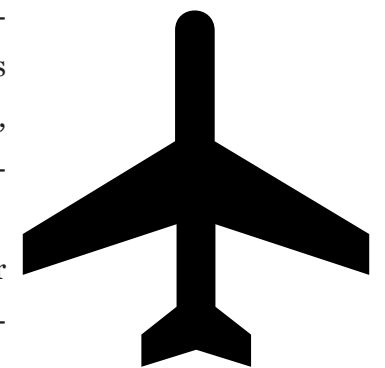


Fig. 28
Pictograma de transportes aéreos
AIGA/DOT

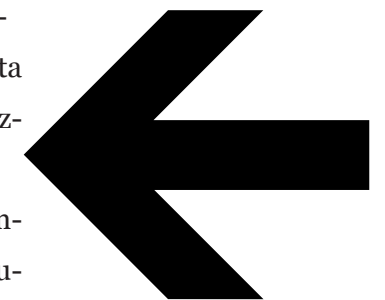


Fig. 29
Pictograma seta para a esquerda
AIGA/DOT

³⁸ Tradução livre: “Símbolos são a linguagem comum que fala com toda a gente” (Gibson 2009; p.97).

utilizam vestes compridas e outras onde a mulher não pode mostrar as pernas.

A utilização de símbolos isolados só deve acontecer quando o seu significado for de compreensão da totalidade dos utilizadores do espaço e culturalmente apropriado.

Tal como a tipografia, também o uso de pictogramas pode afectar a identidade do espaço. A sua linguagem formal pode acrescentar ou reforçar a identidade do espaço onde estão inseridos. Por isso, o designer deve criar ou escolher um sistema de pictogramas estruturado que crie uma unidade visual, em conjunto com os restantes elementos do espaço.

Nem sempre é criado um sistema de pictogramas específico para um espaço novo; muitas vezes utilizam-se ou readaptam-se pictogramas já existentes. Criar um sistema de pictogramas é um processo complexo que requer muitos testes e revisões até atingir uma linguagem gráfica que possa ser entendida pelos seus destinatários.

O sistema de pictogramas actualmente mais utilizado é o AIGA/DOT criado na década de 1970 pela AIGA (*American Institute of Graphic Arts*) para o Departamento dos Transportes dos Estados Unidos(DOT). O sistema criado pela AIGA era constituído por 50 pictogramas que indicavam serviços, locais e proibições específicos para redes de transportes. Em 1991 a SEGD (*Society for Environmental Graphic Design*) desenhou 108 novos pictogramas dentro do novo sistema.³⁹

Hoje em dia os pictogramas da AIGA/DOT tornaram-se o sistema *standard* para aplicações em sinalização.



Fig. 30
Pictogramas
AIGA/DOT

³⁹Gibson 2009 (p.98)

4.4 Aplicações e Materiais

*“Learning to work effectively with forms, materials, and process empowers the designer to imagine more inventive concepts and holistic solutions.”*⁴⁰

Ginson (2009; p.106)

As intervenções gráficas podem ser aplicadas de inúmeras maneiras no espaço, tendo em conta o contexto em que este está inserido e os objectivos do arquitecto ou cliente.

Os materiais e as técnicas de produção utilizadas para produzir os suportes para a comunicação vão relacionar-se com os materiais do espaço. É importante que estes criem uma linguagem contínua para que a imagem construída seja coesa e estruturada.

Nesta parte do estudo serão enumeradas as técnicas de aplicação e os materiais mais comuns para intervenções gráficas no espaço.

4.4.1 Aplicações Planas

Aplicações ao mesmo nível do suporte, criando uma superfície plana.

Impressão Digital

- Reproduz elementos produzidos em computador sobre diversos materiais como papel, tecido ou vinil.
- Os materiais de reprodução podem ser translúcidos ou opacos;
- Cores e tratamentos ilimitados, podendo atingir diferentes tonalidades de cor no mesmo elemento;
- Excelente duração, dependendo dos factores externos como os raios UV.

⁴⁰ Tradução livre: “Aprender a trabalhar de um modo efectivo com formas, materiais e processos dá ao designer a capacidade de imaginar conceitos mais inventivos e soluções holísticas.” (Ginson 2009; p.106).

Vinil Autocolante

- Elementos reproduzidos por vinil cortado através de laser ou jacto de água;
- O vinil pode ser opaco, translúcido, transparente ou metálico;
- As cores são limitadas ao catálogo do produtor, sendo impossível atingir diferentes tonalidades de cor no mesmo elemento;
- Excelente duração, dependendo dos factores externos como os raios UV;
- Baixo custo de produção.

Serigrafia

- Processo de impressão onde é utilizada uma rede de seda tornada parcialmente fechada através da aplicação de uma emulsão fotossensível. Depois de preparada a rede, ela é colocada sobre o suporte da aplicação para posterior passagem da tinta. A tinta só irá passar através da rede nas áreas em que a emulsão não foi queimada pelo processo fotossensível.
- Pode ser aplicado sobre inúmeros materiais como papel, plástico, vidro, madeira ou tecido;
- Adere a todas as superfícies, quer sejam regulares ou irregulares;
- Cores e tintas ilimitadas;
- Duração e custo dependem da qualidade dos materiais utilizados, mas é geralmente de custo elevado.

Esmalte de Porcelana

- Aplicação de uma base de vidro, normalmente sobre metais, através de serigrafia que é posteriormente queimada fundido os materiais;
- Forma uma superfície rija, lisa e brilhante;
- Excelente duração, cores limitadas e custo elevado.

Pintura Manual

- Pintura com pincel ou spray, à mão. Por vezes com o apoio de um stencil;
- As qualidades de reprodução dependem das qualidades do pintor;
- Cores ilimitadas;
- Duração e custo dependem da qualidade dos materiais utilizados.

4.4.2 Aplicações de Alto-relevo

São tridimensionais, realçando-se da superfície.

Corte

- Elementos reproduzidos em forma de sólidos a partir de corte manual, mecânico, jacto de água ou laser;
- Pode ser feito em metal, plástico, madeira, vidro ou pedra;
- A cor depende do material utilizado, podendo posteriormente levar um tratamento cromático por pintura ou impressão digital;
- Duração e custo dependem da qualidade dos materiais utilizados.

Conjuntos de cortes

- Elementos constituídos por partes cortadas separadamente e depois montadas;
- O metal e o plástico são os materiais mais comuns, podendo ser combinados;
- Esta tecnologia é utilizada para elementos de grandes escalas e espessuras, como por exemplo um logótipo de uma instituição com 3 metros de altura;
- A cor depende do material utilizado, podendo posteriormente levar um tratamento cromático por pintura ou impressão digital;
- Boa duração e custo elevado.

Metal fundido

- Metal em estado líquido (por fusão) drenado sobre um molde;
- Os elementos produzidos podem ser maciços ou ocos;
- As qualidades formais dependem da qualidade do molde;
- A cor depende do material utilizado, podendo posteriormente levar um tratamento cromático por pintura ou impressão digital;
- Excelente duração e custo elevado.

Plástico fundido

- Plástico em estado líquido (por fusão) drenado sobre um molde;
- Os elementos produzidos podem ser maciços ou ocos; opacos, translúcidos ou transparentes;
- As qualidades formais dependem da qualidade do molde;

- A cor depende do material utilizado, podendo posteriormente levar um tratamento cromático por pintura ou impressão digital;
- Boa duração e custo médio ou baixo.

4.4.3 Aplicações de Baixo-relevo

São tridimensionais, penetrando a superfície.

Jacto de areia

- Jacto de areia por pressão de ar sobre um stencil, reproduzindo os elementos numa superfície sólida;
- Qualidades formais dependentes da qualidade do jacto;
- Aplicação cromáticas podem ser realizada posteriormente;
- Excelente duração e custo médio alto.

Gravação por ácido

- Coloca-se uma máscara ou stencil resistente ao ácido sobre a superfície que depois será exposta a um ácido corrosivo.
- Aplicação cromáticas podem ser realizada posteriormente;
- Excelente duração e custo médio alto.

Gravação Mecânica

- Elementos gravados directamente na superfície através de ferramentas mecânicas, como por exemplo uma fresa, ou um raio laser conduzido por computador;
- As qualidades formais dependem da tecnologia utilizada;
- As cores variam consoante a tecnologia utilizada, podendo ser posteriormente aplicadas;
- Excelente duração e custo dependente da tecnologia utilizada.

Gravação Manual

- Elementos gravados ou esculpidos manualmente sobre a superfície;
- Normalmente utilizada em madeira ou pedra;
- As qualidades formais dependem das qualidades do escultor;
- Cores posteriormente aplicadas;
- Excelente duração e custo médio alto.

4.5 Categorias de Sinais

Orientar as pessoas num determinado espaço, transmitindo-lhes a mensagem e as funções desse espaço bem como a sua identidade, potenciando a experiência e aumentando o nível de identificação da pessoa com o espaço são os principais objectivos na concepção de um sistema de comunicação para o espaço.

Este sistema deve ser coeso e ter uma linguagem gráfica contínua que se relacione com o espaço construído. As mensagens devem ser estruturadas, devidamente hierarquizadas e a sua localização no espaço previamente estudada.

Diferentes tipos de sinais com diferentes funções e mensagens partilham o mesmo espaço orientando o público. Segundo David Gibson⁴¹, estes sinais podem ser divididos em várias categorias: sinais de identificação, sinais de direcção, sinais de descrição e sinais de regulamentação.

Nesta parte do nosso estudo, vamos analisar esta categoria de sinais defendida por David Gibson, com o objectivo de compreendermos as funções e características de cada tipo de sinal. Apresentaremos, também, alguns exemplos com abordagens e aplicações diversas dentro de cada categoria, reconhecendo assim a multiplicidade de soluções no tratamento da informação dos espaços da cidade.

⁴¹ Gibson (2009; pp.46-45)

4.5.1 Sinais de Identificação

São os sinais que dão a primeira impressão do espaço estabelecendo a sua identidade.

Estes sinais funcionam como marcas visuais que mostram o nome e as funções do espaço, desvendando o que se vai encontrar. Identificam locais, áreas, edifícios, serviços, entradas e saídas.

O seu objectivo não é unicamente funcional, também é o de conceber personalidade e carácter ao espaço. “Estes sinais podem comunicar a identidade de um espaço explicitamente, através da apresentação de um logótipo, ou mais genericamente, invocando uma imagem”.⁴²



Fig. 31
Piriquita
Sintra, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 32
Número de porta
Fez, Marrocos
Afonso Almeida 2009



Fig. 33
Tavares
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 34
Bardonecchia
Bardonecchia, Itália
Afonso Almeida 2009



Fig. 35
Farol de Santa Marta
Cascais, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 36
Nome de rua
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2009



Fig. 37
Óptica do Chiado
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 38
Mecânico
Turim, Itália
Afonso Almeida 2009



Fig. 39
Jardim de infância
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 40
Biblioteca
Barcelona, Espanha
Afonso Almeida 2010



Fig. 41
Cabine telefónica
Londres, Inglaterra
Afonso Almeida 2009

⁴² Tradução livre de: “these signs can communicate a place’s identity explicitly by presenting an actual logo or more generally by evoking an image” (Gibson 2009; p.48).

4.5.2 Sinais de Direcção

São sinais que indicam direcções e destinos.

Direccionam de aqui para ali e mostram às pessoas o que vão encontrar se seguirem em determinada direcção.

Podem ser estruturados para servir veículos, peões ou ambos no mesmo sistema, indicando opções de percurso através da combinação de setas, tipografia e símbolos.



Fig. 42
Principe Real
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 43
Sinal de direcção
Andreas Uebele
Uebele (2007; p.41)



Fig. 44
Sinal de direcção2
Fotografia de Andreas Korner
<http://www.a-g-i.org/?lid=2218&tmpl=images&imgid=20979>



Fig. 45
Sinal de direcção3
La Cinemathèque Française
<http://integral.ruedi-baur.eu/>

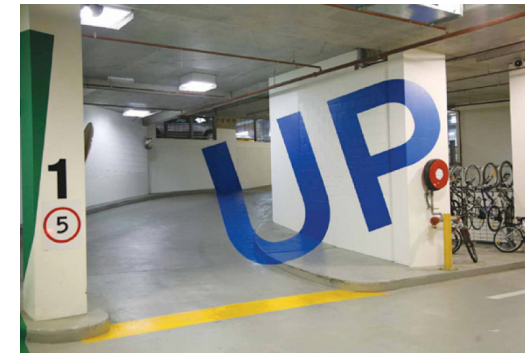


Fig. 46
Up
Emerystudio
<http://www.axelpeemoeller.com/eurekacarpark.html>



Fig. 47
Sinal de direcção4
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 48
Sinal de direcção5
Fotografia de Andreas Körner
<http://uebele.com/index.php?l=e&v=2232>



Fig. 49
Sinal de direcção6
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 50
Sinal de direcção7
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 51
Sinal de direcção8
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 52
Sinal de direcção9
Londres, Inglaterra
Afonso Almeida 2009

4.5.3 Sinais de Descrição

Sinais que descrevem o local e as suas funções através de mapas e diagramas explicativos.

Os mapas mostram as divisões do espaço e sugerem percursos estruturados.

Um conjunto de sinais de direcção também pode ser integrado nesta categoria pois descreve os vários serviços que existem no espaço para além de indicar as suas direcções.

Os sinais de descrição são também sinais que dão informações sobre o espaço e os seus serviços, como placas de informação sobre uma obra de arte ou placas com os horários e especificações de funcionamento.

Estes sinais são por norma sinais detalhados que necessitam que o utilizador disponibilize tempo e atenção para a sua leitura.



Fig. 53
Diagrama
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 54
Várias direcções
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010

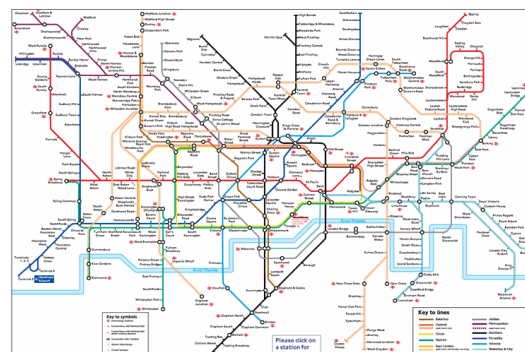


Fig. 55
Mapa do metro de Londres
Harry Beck (1933)
http://pt.wikipedia.org/wiki/Metropolitano_de_Londres#Mapa



Fig. 56
Várias informações
La Cinemathèque Française
<http://integral.ruedi-baur.eu/>



Fig. 57
Placa descritiva
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 58
Faculdade de Arquitectura de Lisboa
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 59
Livraria Artes e Letras
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 60
Sex Shop
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 61
Pannel descritivo
Montserrat, Espanha
Afonso Almeida 2010



Fig. 62
Placa descritiva2
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 63
Várias informações2
Fotografia de Ifdesign
<http://europaconcorsi.com/projects/6260-Muro-Di-Sor-mano>

4.5.3 Sinais de Regulamentação

São sinais de avisos, obrigações e proibições que estabelecem as regras na experiência do espaço.

Estes sinais mostram ao público como deve ou não comportar-se numa determinada área do espaço. Identificam zonas de passagem proibida, dispositivos de segurança, proibições como “não fumar” e zonas de perigo.

Os sinais de regulamentação precisam ser cuidadosamente estudados, pois devem regular comportamentos sem serem demasiado intrusivos para que o indivíduo não se sinta pressionado, inseguro ou desconfortável e devem também destacar-se para que em situações de perigo sejam rapidamente reconhecidos.



Fig. 64
Estacionamento para deficientes
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 65
Perigo
Chefchaouen, Marrocos
Afonso Almeida 2009



Fig. 66
Não estacionar
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 67
Atenção
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 68
Sinais de regulação
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 69
Proibido
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 70
Proibido2
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 71
Proibido3
Cinque Terre, Itália
Afonso Almeida 2009



Fig. 72
Proibido4
<http://osgemeos.com.br/index.php/P10/>



Fig. 73
Puxe
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010

4.6 Espaço como suporte

O designer de comunicação normalmente trabalha para o papel sendo por vezes condicionado pela bidimensionalidade do suporte. Quando se projecta para o espaço construído, a criatividade pode ir além do papel, ganhando novas formas e variadas escalas.

O espaço proporciona ao projecto gráfico novas abordagens, podendo o designer trabalhar com a profundidade, os ângulos, as texturas, a luz e os materiais que o espaço oferece.

Muitas vezes, em sistemas de sinalização ou de identificação de espaços, são utilizados painéis informativos localizados em pontos estratégicos para que a informação chegue aos utilizadores o mais rápida e eficazmente possível.

Outras vezes, o espaço é utilizado como suporte para a comunicação.

Nestes casos, o designer analisa o espaço e comunica as suas mensagens e funções através das potencialidades físicas do espaço, construindo um sistema de comunicação integrado que dê continuidade à linguagem arquitectónica.

Paredes, tecto, chão, portas, balcões e colunas ou pilares são exemplos de alguns elementos do espaço dos quais o projecto de comunicação se pode apropriar para evidenciar a mensagem, as funções e a identidade dos espaços.

No próximo capítulo são expostos casos internacionais de referência onde esta potencialidade do espaço juntamente com o pressuposto conhecimento e criativo tratamento da tipografia, cor e materiais pode ser encontrada.

5

Casos internacionais de referência

| | |
|---|-------|
| 5.1 Introdução | p.85 |
| 5.2 Car dealer Pappas Group | p.86 |
| 5.3 Eureka Carpark | p.88 |
| 5.4 La Cinemathèque Française | p.90 |
| 5.5 Muro di Sormano | p.92 |
| 5.6 Performing Art Center | p.94 |
| 5.7 The Cooper Union Academic Building | p.96 |
| 5.8 Typographic Trees | p.98 |
| 5.9 University of Applied Sciences of Osnabruck | p.100 |

5.1 Introdução

Antes de analisarmos os casos de estudo portugueses foi importante conhecermos o panorama contemporâneo internacional da disciplina Design de Comunicação na construção da identidade de espaços.

Após larga pesquisa seleccionamos uma amostra de oito exemplos de tratamento gráfico de espaços com propósitos diferentes, como parques de estacionamento, empresas, livrarias, parques ou universidades, para tornar evidente como o design de comunicação pode ter um papel importante na criação de espaços com diferentes contextos.

Consideramos como exemplos de referência casos onde o tratamento da informação para além de completar, de modo criativo, a sua principal função (comunicar a informação do espaço aos seus utilizadores), aumenta o reconhecimento da identidade do espaço, sem se sobrepor às suas características físicas, mas antes completando-as.

Neste capítulo realizamos uma exposição dos projectos seleccionados, situando-os no espaço e no tempo e apresentando as suas soluções de comunicação através de fotografias e de um breve texto crítico e descritivo. A apresentação destes projectos é feita por ordem alfabética das respectivas designações, sem qualquer intenção de hierarquização ou de valorização relativa.

5.2 Car dealer Pappas Group

Autor:

Beate Kapprell

Andreas Uebele

Atelier:

büro uebele visuelle kommunikation

Cliente:

Pappas Group

Salzburgo, Áustria 2006

O atelier Buero Uebele desenvolveu este sistema de sinalização para o edifício do Pappas Group, uma empresa de venda de automóveis.

O sistema é baseado no uso das barreiras de segurança que delimitam a estrada como suportes para a sinalização.

As barreiras para além de obstáculos são aqui também elementos de orientação no espaço, indicando aos seus utilizadores os diversos serviços existentes no edifício, como lavagem de automóveis, estacionamento e serviços de venda.



Fig. 74
Pappas Group
Fotografia de Andreas Körner
<http://uebele.com/index.php?l=e&v=2232>



Fig. 75
Pappas Group2
Fotografia de Andreas Körner
<http://uebele.com/index.php?l=e&v=2232>

Os serviços são identificados com palavras e pictogramas pretos sobre as barreiras pintadas de branco. As letras maiúsculas a negrito com um tipo de letra transicional sem serifas e o tratamento cromático utilizado dão um forte contraste e maior legibilidade à informação tornando eficaz o sistema de comunicação.

Consideramos esta solução como referência pois tanto o uso de pictogramas e de uma tipografia muito nítida e legível, com contrastes muito acentuados com o fundo, como a utilização das barreiras de segurança remetem-nos para circulação automóvel.

Deste modo, esta intervenção acentua a identificação do espaço onde o projecto está inserido: edifício de comercialização de automóveis. Ao mesmo tempo, pela sua nova abordagem de exposição da informação, torna o espaço memorável e indica com eficácia os serviços do edifício.



Fig. 76
Pappas Group3
Fotografia de Andreas Körner
<http://uebele.com/index.php?l=e&v=2232>



Fig. 77
Pappas Group4
Fotografia de Andreas Körner
<http://uebele.com/index.php?l=e&v=2232>

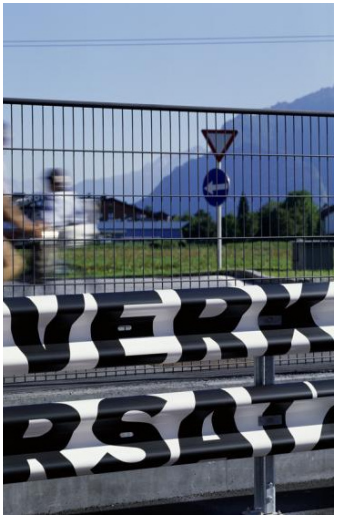


Fig. 78
Pappas Group5
Fotografia de Andreas Körner
<http://uebele.com/index.php?l=e&v=2232>

5.3 Eureka Carpark

Autor:

Alex Peemoller

Atelier:

Emery Studio

Cliente:

Eureka Tower

Melbourne, Austrália 2006

Alex Peemoller desenvolveu o sistema de sinalização para o parque de estacionamento do Eureka Tower, um edifício residencial dos anos 90. A ideia que conduziu a intervenção foi a de criar uma sinalética que contrariasse a linguagem fria e cinzenta dos parques de estacionamento, a partir de ilusões gráficas em grande escala.

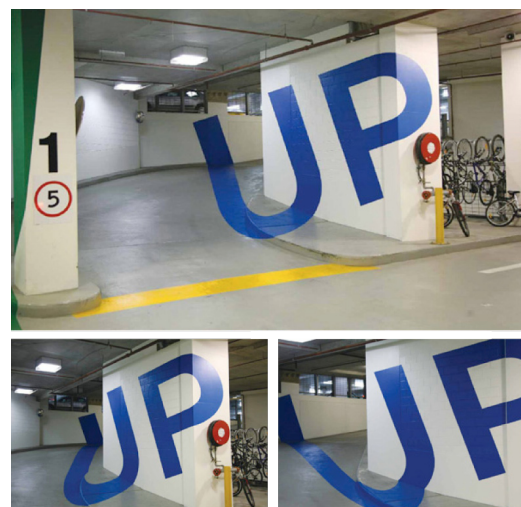


Fig. 79
Eureka Carpark up
Emerystudio
<http://www.axelpeemoeller.com/eurekacarpark.html>

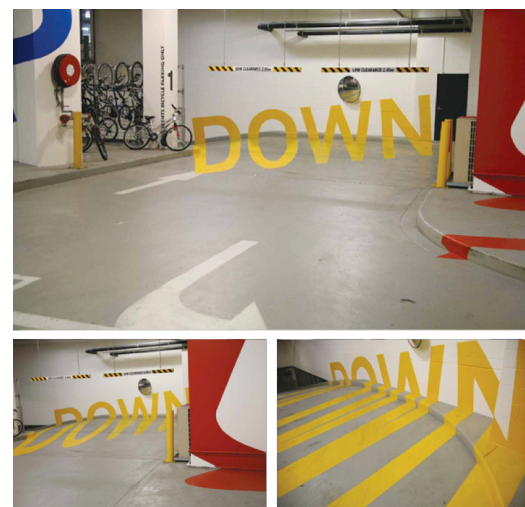


Fig. 80
Eureka Carpark down
Emerystudio
<http://www.axelpeemoeller.com/eurekacarpark.html>

As indicações são então pintadas na parede, no tecto e no pavimento, potenciando a mensagem de chegada e partida através da deformação intencional por anamorfose.

Anamorfose é um efeito de perspectiva onde o elemento representado só pode ser visto como total a partir de um determinado ponto referencial de observação. Estando o observador num ponto diferente, o elemento representado ganha outra perspectiva, deformando-se. Dependendo do ponto de visão as anamorfoses utilizadas por Alex Peemoller podem ser compreendidas como distorções abstractas ou como informação direccional.

A intervenção utiliza um tipo de letra de desenho recto sem serifas, potenciando a sua legibilidade mesmo quando deformada. Estas letras são pintadas sobre as paredes, tectos e pavimento, a uma grande escala, para aumentar o contraste entre a mensagem e o seu contexto, e as quatro cores utilizadas funcionam como códigos de leitura da informação: verde para a entrada, encarnada para a saída, azul para subir e amarelo para descer.

A forma como Alex Peemoller utiliza a anamorfose pode ser também encontrada na intervenção gráfica nas bocas de acesso às bancadas do Estádio Municipal de Braga efectuada pelo atelier AntónioQueirósDesign em 2003, um dos casos de estudo portugueses que analisaremos no próximo capítulo desta dissertação.

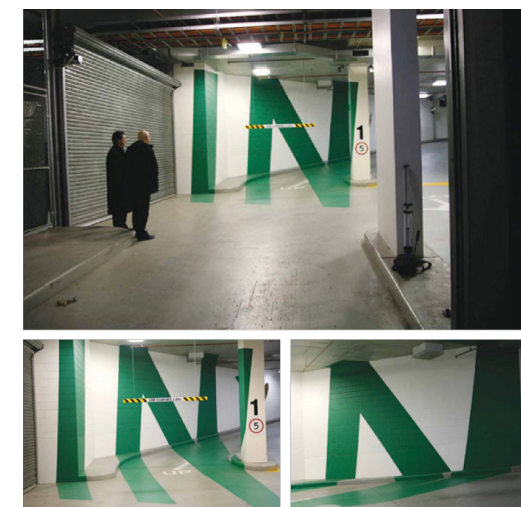


Fig. 81
Eureka Carpark in
Emerystudio
<http://www.axelpeemoeller.com/eurekacarpark.html>

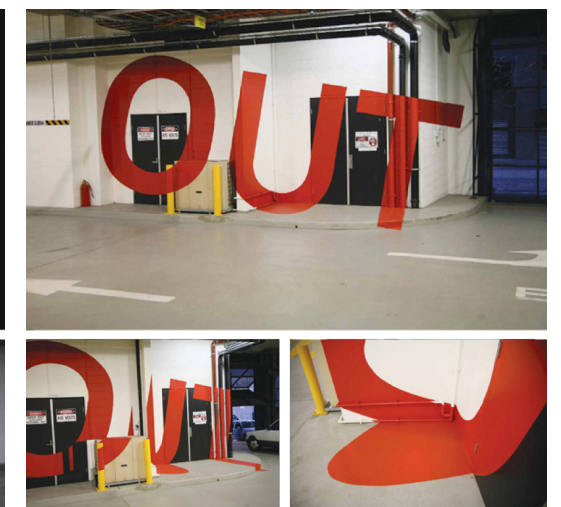


Fig. 82
Eureka Carpark out
Emerystudio
<http://www.axelpeemoeller.com/eurekacarpark.html>

5.4 La Cinemathèque Française

Autor:

Ruedi Baur

Atelier:

Integral Ruedi Baur & Associates

Cliente:

La Cinemathèque Française

Paris, França 2005

Para o novo edifício da cinemateca francesa, desenhado pelo arquitecto Frank O. Gehry, foi criada por Ruedi Baur uma nova abordagem de sinalização, onde não se utilizam placas nem painéis para comunicar, mas sim as paredes, tectos e pavimento do próprio edifício.

Com recurso a projecções de textos e imagens sobre as superfícies do edifício para comunicar a informação das exposições e indicar os serviços ao público, Ruedi Baur faz uma analogia ao mundo do cinema, e ao facto de este ser baseado projecção de imagens sobre a tela.

O espaço é então transfigurado através da projecção de variados elementos gráficos, alguns animados outros estáticos, sobre as superfícies que se modificam consoante a exposição patente na altura, dando vida às paredes neutras, tornando mais envolvente o desfrute do espaço e aumentando o significado da cinemateca.

A identificação dos espaços, como o bengaleiro, as salas ou as instalações sanitárias, é realizada através de um jogo de luz/sombra. Sobre as superfícies da cinemateca são projectados focos de luz branca que fazem aparecer, em sombra, os nomes dos serviços, alguns acompanhados pelo respectivo pictograma.

A iluminação geral é propositadamente de baixa intensidade, tornando escuro o ambiente para dar destaque à informação que transforma as paredes, tectos e pavimento em telas, com projecções sempre diferentes, mas de linguagem coesa, que potencia o reconhecimento da identidade do espaço.



Fig. 83
La Cinemathèque Française
<http://www.cinematheque.fr/>



Fig. 84
La Cinemathèque Française2
<http://integral.ruedi-baur.eu/>



Fig. 85
La Cinemathèque Française3
<http://integral.ruedi-baur.eu/>



Fig. 86
La Cinemathèque Française3
<http://integral.ruedi-baur.eu/>

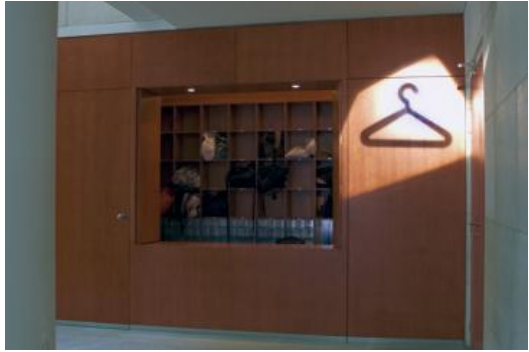


Fig. 87
La Cinemathèque Française4
<http://integral.ruedi-baur.eu/>



Fig. 88
La Cinemathèque Française5
<http://integral.ruedi-baur.eu/>

5.5 Muro di Sormano

Autor:
Franco Tagliabue Volontè e Ida Origgi

Atelier:
Ifdesign

Cliente:
Comunità Montana Triangola Latiano

Sormano, Itália 2006



Fig. 89
Muro di Sormano anos 60
Archivio Gazzetta dello Sport
<http://www.dalghisalloalmuro.it/carica.htm>

O Muro di Sormano faz parte da história do ciclismo italiano, tendo sido nos anos de 1960 um percurso bastante importante na prova Giro di Lombardia, devido à sua inclinação acentuada e à beleza da sua paisagem, pois o percurso passa por bosques e contorna partes da montanha.

O percurso começou a degradar-se desde que deixou de fazer parte da prova. Foi então realizada uma requalificação do espaço para poder receber não só ciclistas como também visitantes a pé.



Fig. 90
Muro di Sormano
Fotografia de Ifdesign
<http://europaconcorsi.com/projects/6260-Muro-Di-Sormano>



Fig. 91
Muro di Sormano2
Fotografia de Ifdesign
<http://europaconcorsi.com/projects/6260-Muro-Di-Sormano>

O atelier Ifdesign criou um sistema de comunicação para ser aplicado sobre o pavimento do percurso, com elementos gráficos pintados de branco sobre o asfalto preto, destacando assim a informação, chamando a atenção dos utilizadores para a história da pista e aumentando o desfrute da paisagem envolvente.

O sistema é constituído por vários momentos que através de composições tipográficas contam factos históricos do ciclismo que se passaram naquele percurso. Estas composições aparecem em forma de textos que preenchem alguns troços da pista. Os textos são inscritos a negrito e com letra maiúscula, num tipo de letra recto que aumenta a legibilidade da informação. A grande escala da letra é ajustada para uma melhor leitura dos textos por quem por eles passa a pé ou de bicicleta.

Em algumas partes do percurso podem também encontrar-se gráficos e diagramas de informação, que dão a conhecer a área envolvente, nomeadamente a sua geografia e vegetação. Estes elementos também estão pintados a branco sobre o pavimento, quebrando a monotonia da pista e estimulando os seus utilizadores a observarem a paisagem.

Com esta intervenção, a esquecida pista renovou as suas funcionalidades, ganhando reconhecimento internacional, não só pela sua importância no ciclismo, mas também devido à sua identidade gráfica, servindo de referência para novos projectos, como é o caso da intervenção gráfica na pista ciclável Cais Sodré – Belém projectada pelo atelier PO6 em 2008 que estudaremos mais adiante.



Fig. 92
Muro di Sormano3
Fotografia de Ifdesign
<http://www.viacolvento.eu/turismoarchitetonico/como/murodisormano/scheda.html>



Fig. 93
Muro di Sormano4
Fotografia de Ifdesign
<http://www.viacolvento.eu/turismoarchitetonico/como/murodisormano/scheda.html>

5.6 Performing Art Center

Autor:

Paula Scher

Atelier:

Pentagram

Cliente:

New Jersey Performing Art Center

New Jersey, Estados Unidos da América 2000

Em New Jersey, um antigo edifício de 1940 foi transformado numa escola superior de artes performativas.

O edifício estava bastante degradado e o orçamento para a reformulação era bastante reduzido. A solução mais simples e económica para conferir um novo aspecto ao edifício era pintá-lo. Paula Scher criou então uma instalação tipográfica em que palavras representativas das temáticas da escola, como “dance”, “music”, “theater”, “writing”, “poetry” e “drama”, preenchem por completo todos os ângulos



Fig. 94
Performing Art Center
Fotografia de Paula Scher
<http://designerino-miriam.blogspot.com/2008/11/another-three-dimenisonal-application.html>

e superfícies da fachada, até as condutas exteriores de ar condicionado.

O edifício lembra um pequeno castelo de arquitectura medieval. Paula Scher, pintou as paredes da fachada e os elementos externos, como as condutas de ar condicionado, de branco. Os rebordos das janelas e as portas foram pintados de cinzento, bem como o topo do edifício em ameias e merlões. Sobre estas superfícies renovadas foram então pintadas as palavras que representam as actividades da instituição.

O tipo de letra utilizado tem um desenho e ângulos rectos e os seus caracteres são pintados a branco e amarelo com contornos a preto.

A escala das letras e a escolha das cores para o seu preenchimento (branco ou amarelo) modificam-se consoante o espaço da aplicação, destacando assim as palavras e transformando a fachada do edifício numa composição tipográfica.

Consideramos esta intervenção relevante para o nosso estudo por esta, através do tratamento criativo da tipografia, comunicar a identidade da escola bem como as suas temáticas, acentuando as formas do edifício e transformando aquela velha construção numa marca contemporânea de New Jersey.



Fig. 95
Performing Art Center2
Fotografia de Paula Scher
<http://designerino-miriam.blogspot.com/2008/11/another-three-dimenisonal-application.html>



Fig. 96
Performing Art Center3
Fotografia de Paula Scher
<http://designerino-miriam.blogspot.com/2008/11/another-three-dimenisonal-application.html>

5.7 The Cooper Union Academic Building

Autor:
Abbott Miller

Atelier:
Pentagram

Cliente:
The Cooper Union

Nova Iorque, Estados Unidos da América 2009

Abbott Miller criou o sistema de sinalização para o novo edifício académico da Cooper Union perfeitamente integrado na linguagem forte e angular do arquitecto Thom Mayne do atelier Morphosis.

Esta intervenção tornou-se importante para a nossa amostra por se tratar de um projecto que, devido ao seu tratamento tipográfico e à escolha dos seus suportes de comunicação, dá continuidade ao projecto de arquitectura e contribui para o reconhecimento da sua identidade.



Fig. 97
The Cooper Union
Fotografia de Chuck Choi
<http://pentagram.com/en/new/2009/11/new-work-the-cooper-union.php>



Fig. 98
The Cooper Union2
Fotografia de Chuck Choi
<http://pentagram.com/en/new/2009/11/new-work-the-cooper-union.php>



Fig. 99
The Cooper Union 1859
Fotografia de Chuck Choi
<http://pentagram.com/en/new/2009/11/new-work-the-cooper-union.php>

Para as intervenções gráficas, Miller escolheu o tipo de letra Foundry Gridnik que é parecido com o tipo de letra utilizado no edifício sede da Cooper Union, de 1859. Considerou-se que este tipo de letra, devido ao seu desenho recto e espessura fina, criava uma boa relação com as formas angulares e laminares em materiais metálicos do novo edifício.

O sistema de sinalização é constituído por diversas aplicações em diferentes suportes que podem aparecer cortadas, expandidas ou distorcidas sobre os materiais. Na fachada, que tem um desenho singular, quase escultórico, pode ser identificado o nome da instituição recortado sobre os materiais de construção do próprio edifício, transformando-se em parte integral da fachada.

No hall de entrada encontram-se diversas escadarias que, na sua parte inferior, contêm chapas laminares de metal com os nomes das pessoas que contribuíram com doações para a construção do edifício. Esta informação de carácter mais institucional encontra-se assim integrada na arquitectura do edifício e no sistema de sinalização.

As salas e serviços estão identificados por inscrições verticais a preto sobre calhas de metal aplicadas na esquina das portas, dando assim continuidade aos materiais e à linguagem da arquitectura.



Fig. 100
The Cooper Union3
Fotografia de Chuck Choi
<http://pentagram.com/en/new/2009/11/new-work-the-cooper-union.php>



Fig. 101
The Cooper Union4
Fotografia de Chuck Choi
<http://pentagram.com/en/new/2009/11/new-work-the-cooper-union.php>

5.8 Typographic Trees

Autor:
Gordon Young
Why Not Associates

Cliente:
Crawley Library

West Sussex, Inglaterra 2009

Gordon Young, em colaboração com os tipógrafos da Why Not Associates, criou uma “floresta” de carvalhos com inscrições tipográficas gravadas na madeira. Os troncos gravados manualmente são expostos por toda a área da biblioteca, transformando o espaço numa floresta repleta de árvores.

Os troncos de carvalho aparecem nos espaços da nova biblioteca Crawley Library, desenhada pelos arquitectos Penoyre e Prasard, simulando estranhas colunas que suportariam o tecto, tornando-se assim parte integrante do edifício.

Cada um dos catorze troncos tem um tratamento tipográfico diferente, relacionado com a temática literária do espaço onde está inserido, seja ele gótico, romântico ou



Fig. 102
Typographic Trees
http://gordonyoung.net/crawley_typographictrees.html



Fig. 103
Typographic Trees2
http://gordonyoung.net/crawley_typographictrees.html



Fig. 104
Typographic Trees3
http://gordonyoung.net/crawley_typographictrees.html

moderno, criando assim uma ambiência e uma divisão espacial lógica e coerente, embora inesperada.

Gravadas de forma manual, directamente sobre a madeira, as letras compõem frases ou excertos de livros que remetem para o estilo literário da área da biblioteca onde cada tronco está inserido.

A composição tipográfica joga com diferentes tipos e escalas de letra para aumentar o dramatismo e evitar em absoluto a monotonia das intervenções.

O tratamento criativo da tipografia, a singular escolha dos suportes para a comunicação, a integração dos troncos no edifício e a adequação temática da intervenção atribuem a este projecto características únicas que ampliam o reconhecimento da biblioteca, sendo por isso considerado um exemplo de referência para o nosso estudo.



Fig. 105
Typographic Trees4
http://gordonyoung.net/crawley_typographictrees.html



Fig. 106
Typographic Trees5
http://gordonyoung.net/crawley_typographictrees.html

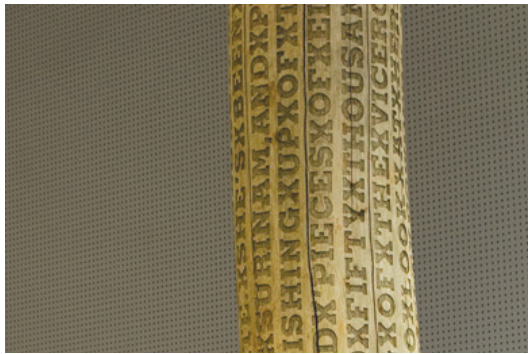


Fig. 107
Typographic Trees6
http://gordonyoung.net/crawley_typographictrees.html

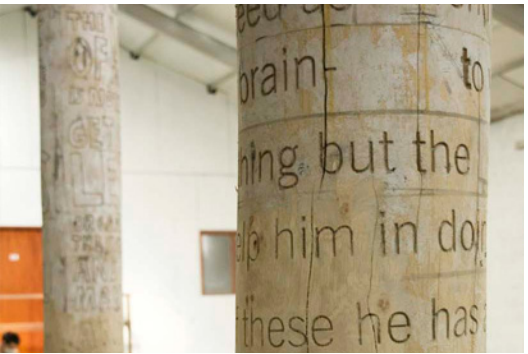


Fig. 108
Typographic Trees7
http://gordonyoung.net/crawley_typographictrees.html

5.9 University of Applied Sciences of Osnabruck

Autor:

Gerd Haubler

Andreas Uebele

Atelier:

büro uebele visuelle kommunikation

Cliente:

Staatlicher Baumanagement Osnabruck

Osnabruque, Alemanha 2004

Para o edifício universitário desenhado pelo atelier de arquitectura Jockers Architekten BDA foi realizado um sistema de sinalização onde toda a informação aparece inscrita no tecto.

O edifício tem várias salas de aulas e auditórios ao longo dos seus corredores. Estes corredores apresentam superfícies de betão, grandes janelas e paredes brancas que, segundo Uebele⁴³, não deveriam ser utilizadas como suporte para a comunicação pois isso iria quebrar a linguagem da arquitectura.

O tecto branco foi então utilizado como suporte para o sistema de sinalização, onde as palavras e indicações de cor preta são expostas, tornando-se legíveis e encaminhando os seus utilizadores. A identificação dos andares é escrita a encarnado, destacando-se assim da restante informação.

A fonte escolhida para a intervenção foi a FF DIN negrito desenhada por Albert-Jan Pool em 1995. O desenho dos caracteres desta fonte sem serifas permite uma fácil leitura das palavras, mesmo quando estas se apresentam na vertical ou com a sua linha de leitura contrária ao nosso campo de visão.

⁴³ Uebele (2005; p.202).

Ao caminhar pelos corredores, devido à noção de perspectiva, a mensagem escrita no tecto que se apresenta ao nível do olho do utilizador fornece-lhe as indicações necessárias, para que este já não necessite de as decifrar quando passar por baixo delas.

Esta intervenção integra-se no espaço sem se impor à linguagem da arquitectura, cumprindo a sua principal função, de indicar as salas e serviços aos utilizadores da faculdade e potenciando a experimentação do espaço, através de um tratamento criativo da informação.



Fig. 109
University of Applied Sciences
Fotografia de Andreas Korner
<http://www.a-g-i.org/?lid=2218&tmpl=images&imgid=20979>



Fig. 110
University of Applied Sciences2
Fotografia de Andreas Korner
<http://www.a-g-i.org/?lid=2218&tmpl=images&imgid=20979>



Fig. 111
University of Applied Sciences3
Fotografia de Andreas Korner
<http://www.a-g-i.org/?lid=2218&tmpl=images&imgid=20979>



Fig. 112
University of Applied Sciences4
Fotografia de Andreas Korner
<http://www.a-g-i.org/?lid=2218&tmpl=images&imgid=20979>

6

Casos de estudo

| | |
|--|-------|
| 6.1 Introdução | p.105 |
| 6.2 Bocas de acesso ao Estádio Municipal de Braga | p.107 |
| 6.2.1 Atelier AntónioQueirósDesign | p.107 |
| 6.2.2 Estádio Municipal de Braga | p.108 |
| 6.2.3 Intervenção gráfica nas Bocas de acesso ao Estádio Municipal de Braga | p.110 |
| 6.3 Pista Ciclável Cais do Sodré – Belém | p.115 |
| 6.3.1 Atelier PO6 | p.115 |
| 6.3.2 Projecto Pista Ciclável | p.116 |
| 6.3.3 Intervenção gráfica na Pista Ciclável Cais do Sodré - Belém | p.118 |
| 6.4 Fachada da Ermida de Nossa Senhora da Conceição | p.125 |
| 6.4.1 Atelier R2 | p.125 |
| 6.4.2 Projecto “Ermida de Belém” | p.126 |
| 6.4.3 Intervenção Gráfica na fachada da Ermida de Nossa Senhora da Conceição | p.127 |

6.1 Introdução

Depois de compreendida a importância da estruturação da forma da cidade e dos seus espaços, de interiorizada a relevância das relações que estes espaços estabelecem com os habitantes da cidade, de conhecidas as potencialidades do Design de Comunicação como disciplina que participa na construção da identidade de um espaço e no aumento da experiência humana e de entendidos os elementos gráficos que se podem empregar nessa construção, levamos a cabo o estudo de três casos realizados em Portugal por ateliers portugueses. Casos estes onde o Design de Comunicação tem um papel marcante no desenvolvimento da identidade dos espaços sobre os quais essas intervenções incidiram.

Para estudo escolhemos três casos com diferentes campos de intervenção e distintos propósitos, contextos, utilizadores e necessidades de comunicação. Exemplos que consideramos ter qualidade gráfica e metodológica relevante para o nosso estudo.

Um dos casos é a intervenção gráfica nas bocas de acesso às bancadas do Estádio Municipal de Braga efectuada pelo atelier AntónioQueirósDesign em 2003, devido ao facto de esta, mesmo estando inserida num edifício de arquitectura reconhecida e de linguagem singular, conseguir exercer a sua principal função de encaminhar o público às bancadas e potenciar a criação de uma imagem do espaço pela parte dos seus utilizadores, sem com isto quebrar a linguagem da arquitectura.

Outro dos casos de estudo é a intervenção gráfica na pista ciclável Cais Sodré – Belém projectada pelo atelier PO6 em 2008. Considerámos esta intervenção importante para a nossa investigação por ser um projecto que interfere directamente com a paisagem da frente ribeirinha de Lisboa, aumentando a compreensão das suas potencialidades e tornando apetecível e memorável aquele espaço sem se sobrepor à paisagem onde se encontra inserida.

Por último, estudamos a intervenção gráfica na fachada da Ermida da Nossa Senhora da Conceição no bairro de Belém em 2008, da autoria do atelier R2, por se tratar de um projecto onde o design de comunicação exerce um importante papel na identificação e no reconhecimento do projecto “Ermida de Belém” por parte do seu público alvo (pessoas interessadas em arte contemporânea) mas mantendo uma forte ligação com o bairro, com a travessa e com o passado da Ermida onde está inserido.

Neste capítulo apresenta-se o estudo efectuado aos três casos para melhor compreendermos as metodologias adoptadas, as escolhas projectuais e as relações estabelecidas entre o espaço e os seus utilizadores. Para isto foram realizadas entrevistas exploratórias aos respectivos designers de comunicação, aos encomendadores do projecto e aos outros projectistas envolvidos na construção dos espaços, bem como na análise de documentos e publicações sobre os casos em estudo e visitas ao espaço onde foi realizada a instalação.

Antes de analisarmos cada caso de estudo, fazemos uma breve apresentação do atelier e de alguns dos seus projectos mais importantes e efectuamos uma descrição do espaço ou projecto onde se encontra a sua intervenção.



6.2 Bocas de acesso ao Estádio Municipal de Braga

6.2.1 Atelier AntónioQueirósDesign

O atelier de Design de comunicação AntónioQueirósDesign foi fundado em 1990, no Porto, pelo Designer António Queirós.

António Queirós licenciou-se em Design de Comunicação na Escola Superior de Belas Artes do Porto em 1989 e mais tarde, em 1999, realizou o seu mestrado na mesma faculdade, onde desenvolveu uma tese com o tema “Identidade Corporativa”.

Para além da actividade que pratica no seu atelier, António Queirós, lecciona também Design de Comunicação na Faculdade de Belas Artes do Porto, tendo sido professor na Escola de Tecnologias Artísticas da Escola Universitária das Artes de Coimbra e na Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos.

Em 2006, António Queirós foi arguente principal na tese de mestrado “*wayfinding em aeroportos: : tipografia aplicada nos seus sistemas de sinalização*” realizada na Faculdade de Arquitectura de Lisboa, pela Designer Luísa Maria Pires Barreto. O trabalho desenvolvido no seu atelier, AntónioQueirósDesign, tem especial enfoque na concepção de sistemas de sinalização e *wayfinding* para a arquitectura, bem como na definição da imagem corporativa das instituições que os espaços representam, colaborando com vários arquitectos portugueses de renome, como por exemplo, o Arquitecto Eduardo Souto de Moura e o Arquitecto João Luís Carrilho da Graça.

O atelier é também reconhecido pela concepção gráfica de exposições, livros e catálogos. Em 2005, ganhou o prémio de melhor catálogo atribuído pela Sociedade Nacional de Belas Artes com o livro “Do Palácio de Belém”.

Foi também o atelier responsável pelo desenvolvimento dos catálogos de programação do Teatro Nacional São Carlos, em 2000/2001 e da Casa da Música, em 2006/2007.

Os seus projectos de sinalização podem ser hoje observados, no Estádio Municipal de Braga, no Museu Nacional de Arte Antiga, na CUF do Porto, na Casa das Histórias em Cascais, entre muitos outros, e futuramente no Museu dos Coches em Lisboa.

6.2.2 Estádio Municipal de Braga

O Estádio Municipal de Braga, mais conhecido como “A Pedreira” foi construído entre 2000 e 2003 como um dos novos estádios destinados a receber o campeonato europeu de futebol que se realizou em Portugal em 2004.

Projectado pelo arquitecto Eduardo Souto de Moura e pelo engenheiro Rui Furtado, o estádio tornou-se num “ícone de excelência arquitectónica”⁴⁴ aclamado em todo o mundo.



Fig. 113
Estádio Municipal de Braga
Eduardo Souto de Moura
Imagem Aérea via Live.Maps
<http://arkitectos.blogspot.com/2009/01/estadio-municipal-de-braga-2003-arq.html>

⁴⁴ Helena Roseta in Ordem dos Arquitectos e SECIL 2005 (2005; p.5).

No parque desportivo de Dume, na encosta norte do Monte Castro, um dos pontos mais altos da cidade de Braga, encontra-se agora, incrustado numa antiga pedreira de granito, um estádio que se funde com a paisagem circundante.

A obra de Souto de Moura constrói um estádio com duas bancadas laterais que se desenvolvem longitudinalmente ao longo do campo. Uma das bancadas escavada na pedra, a outra ergue-se isolada na encosta do Monte Castro.

Numa das extremidades das bancadas, abre-se uma vista panorâmica sobre o vale e sobre a cidade. Na outra, uma maciça vertente em granito é apresentada como parte integrante do estádio.

Ao nível da cobertura encontra-se uma estrutura composta por cabos metálicos que ligam as duas bancadas de betão que se erguem com uma lógica construtiva e formal rigorosa, simples e geométrica.

O estádio pertence à Câmara Municipal de Braga que o aluga ao Sporting Club de Braga, sendo utilizado também para jogos de competições internacionais.

Devido à sua singularidade paisagista e ao “intenso, exigente e estimulante diálogo entre a arquitectura e a engenharia”⁴⁵ o estádio é considerado por muitos um dos mais belos estádios desportivos do mundo. Em Portugal, foi reconhecido em 2004 com o prémio SECIL de arquitectura e, em 2005, com o prémio SECIL de engenharia.



Fig. 114
Estádio Municipal de Braga2
Eduardo Souto de Moura
Fotografia de Graça Moreira
<http://picasaweb.google.com/lh/photo/O3Z1ZN4NStwMrNykUrsXsg>

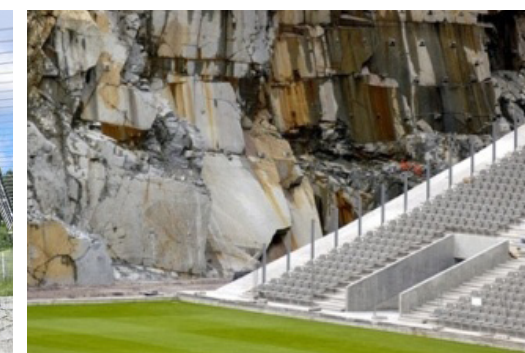


Fig. 115
Estádio Municipal de Braga3
Eduardo Souto de Moura
<http://vitruvius.es/revistas/read/entrevista/05.019/3325?page=4>

⁴⁵ Afassociados (2004; p.26).

6.2.3 Intervenção gráfica nas Bocas de acesso ao Estádio Municipal de Braga

Já concluída a obra do estádio, o arquitecto Eduardo Souto Moura entrou em contacto com o atelier António Queirós Design para a realização do projecto de sinalização. A proposta foi a concurso público e, apesar de não ter sido a vencedora, o arquitecto Souto de Moura decidiu contratar o atelier AntónioQueirósDesign para o desenvolvimento da sinalização das bocas de acesso às bancadas.

Desenvolver a sinalização de um estádio de futebol é bastante diferente de orientar pessoas num centro de exposições, por exemplo. O seu público é distinto e tem outros cenários de motivação.

Num centro de exposições o público circula com mais calma, desfrutando do espaço, tendo mais tempo para decifrar os estímulos que a sinalização lhes oferece. Pelo contrario, num estádio o público entra em enormes grupos com um único objectivo: chegar o mais rápido possível ao seu lugar e gritar pela sua equipa. A sinalização neste caso deve ser facilmente reconhecida e de rápida leitura.

Segundo António Queirós⁴⁶ ao observar o estádio foi evidente que, qualquer que fosse o âmbito da intervenção, esta deveria seguir uma coerência e discurso compatíveis com a inquestionável qualidade da obra. O desafio era grande.

Então, sem perturbar o discurso do betão, criado pelo arquitecto Eduardo Souto de Moura, desenvolveu-se uma intervenção onde letras e números surpreendem o visitante através de um tratamento da informação reconhecível quando necessário e abstracto quando a função identificativa deixa de ser primordial.

Letras de grande escala, algumas com 8m de altura, apropriam-se das superfícies de betão e aproveitam os ângulos formados entre estas para construir uma anamorfose visual da letra.

Como já referimos anteriormente, anamorfose é um efeito de perspectiva onde o elemento representado só pode ser visto como total a partir de um determinado ponto referencial de observação. Estando o observador num ponto diferente, o elemento representado ganha outra perspectiva, deformando-se.

⁴⁶ Entrevista exploratória a António Queirós (2010).



Fig. 116
Anamorfose A
António Queirós
Queirós (2003)

“O efeito visual obtido por esta solução permite ao visitante identificar, de imediato e no início do seu percurso, a letra e o número de uma forma correcta e legível (...) à medida que se aproxima assiste a uma deformação gradual da forma que se acentua no sentido inverso”.⁴⁷

Segundo António Queirós⁴⁸ a ideia da realização das anamorfoses surgiu-lhe a partir setas pintadas nas vias das auto-estradas, que são premeditadamente deformadas para poderem ser lidas a grandes velocidades.

Exemplos de anamorfoses podem também ser encontrados na história da arte mundial, como por exemplo nos frescos pintados na abóbada da Igreja de Santo Inácio, em Roma, por Andrea Pozzo em 1685, que criam uma noção de profundidade através da ilusão de óptica, e no quadro “*The Ambassadors*” pintado em 1533 por Hans Holbein, que mostra duas imagens diferentes, dependendo do ponto de visão do observador.



Fig. 117
The Ambassadors
Hans Holbein 1533
http://en.wikipedia.org/wiki/The_Ambassadors_%28Holbein%29

⁴⁷ Queirós (2003).

⁴⁸ Entrevista exploratória a António Queirós (2010).

Na intervenção do parque de estacionamento “*Eureka Carpark*” realizada por Alex Peemoller podemos também encontrar este tratamento da informação através da anamorfose. (ver o capítulo “Casos internacionais de referência” pp.88-89).

Como o estádio pertence à Câmara Municipal de Braga não tem um clube de representação imposto, não existindo por isso uma obrigação cromática.

A cor inicial da intervenção era o preto, mas como os degraus das bancadas do estádio, por imposição das normas de segurança em vigor, foram pintados de amarelo, António Queirós decidiu que, para manter uma coerência cromática, as anamorfoses apareceriam também a amarelo.

Por esta razão, as letras são pintadas de amarelo directamente sobre o betão e os números são executados em película de vinil preto sobre placas de alumínio anodizado, cinzento, com 1x1m, posteriormente envernizadas.



Fig. 118
Degraus das bancadas
Estádio Municipal de Braga
Afonso Almeida 2010



Fig. 119
Número de corredor
António Queirós
Queirós (2003)

O tipo de letra utilizado é o DIN, um tipo sem serifas, muito legível e de fácil reprodução. Devido à estrutura dos seus caracteres, as letras mantêm-se reconhecíveis, mesmo quando submetidas a deformações.

Estas características devem-se ao facto de a DIN ter sido desenhada para ser utilizada em sinalização ferroviária na Alemanha (1905). O seu nome deriva de “*Deutsches Institut für Normung*”, que em português significa Instituto Alemão para a Standardização. Em 1936 a DIN foi declarada na Alemanha como o tipo de letra que se deveria utilizar nas áreas tecnológicas e rodoviárias.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567

Fig. 120
DIN
D Stempel AG foundry 1905

Como a construção do estádio já estava terminada quando foi encomendada a realização da intervenção, o seu desenvolvimento pôde ser feito nos próprios espaços de aplicação, abrindo campo para um tipo de experimentação prática e facilitando a construção das soluções.

Através da utilização de um retroprojector, as letras foram projectadas sobre as superfícies de betão. Com pregos e cabos marcaram-se os limites de cada letra, que seria depois pintada.

As intervenções têm lógicas de aplicação diferentes consoante os sectores, devido ao facto de cada sector ter características construtivas específicas, às quais a intervenção se foi adaptando, criando ritmos diferenciados.

O piso térreo do sector A é o espaço “mãe” do projecto, a partir do qual foram desenvolvidas as restantes intervenções. Nesta zona, os corredores têm paredes laterais, frontais e tecto, o que potencia a anamorfose da letra.

A projecção da letra A sofre uma rotação de nascente para poente, à medida que se vai passando os corredores 1, 2, 3...



Fig. 121
Anamorfoses piso térreo
António Queirós
Queirós (2003)

No segundo andar do sector A, existem apenas duas superfícies que suportam a letra, uma frontal e uma lateral. Aqui as projecções aparecem de forma aleatória criando um ritmo diferenciado do piso térreo.

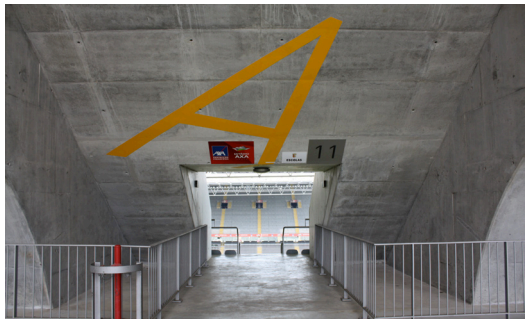


Fig. 122
Anamorfose segundo piso
Estádio Municipal de Braga
Afonso Almeida 2010



Fig. 123
Anamorfose segundo piso2
Estádio Municipal de Braga
Afonso Almeida 2010

No sector B, cada corredor tem apenas um plano para a intervenção. Por esta razão, a deformação da letra foi simulada digitalmente. Neste espaço não existe qualquer ponto de observação onde a letra seja visualizada nas suas proporções correctas. A projecção aparece de forma aleatória.

No sector C voltamos a encontrar uma rotação da projecção de nascente para poente. Estas letras não sofrem qualquer deformação, são projectadas ortogonalmente contra a parede.

O sector D tem apenas duas bocas. Nesta zona as letras também não sofrem deformação e têm uma escala mais pequena, estando uma inclinada para a esquerda e a outra para a direita.

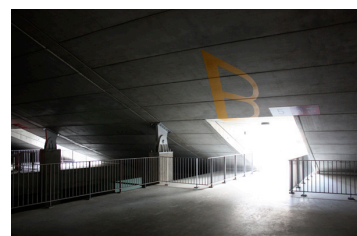


Fig. 124
Anamorphose B
Estádio Municipal de Braga
Afonso Almeida 2010



Fig. 125
Anamorphose C
Estádio Municipal de Braga
Afonso Almeida 2010



Fig. 126
Anamorphose D
Estádio Municipal de Braga
Afonso Almeida 2010

O objectivo da intervenção, “nunca descurando a funcionalidade, a visibilidade e principalmente sem nunca pôr em causa o verdadeiro propósito da sinalética”⁴⁹ era o de surpreender o visitante, criando ritmos que quebrassem a monotonia, acrescentado identidade ao espaço e acompanhando a linguagem da arquitectura.

O Estádio Municipal de Braga faz hoje parte da cidade e da região de Braga, sendo considerado por muitos, como já dissemos atrás, uma obra ímpar da arquitectura mundial, devido à sua posição geográfica, à sua escala, ao seu tratamento dos espaço, à sua formação de ritmos e à interligação dos seus elementos e materiais.

As intervenções realizadas pelo atelier AntónioQueirósDesign fazem parte integrante e contribuem certamente, na nossa opinião, para o sucesso deste projecto.

⁴⁹ Queirós (2003)



6.3 Pista Ciclável Cais do Sodré – Belém

6.3.1 Atelier Po6

O projecto Po6 nasceu em Lisboa no ano de 2006 como atelier de ambientes e comunicação. Nuno Gusmão, Pedro Anjos, Estela Estanislau e Catarina Carreira são os parceiros que lideram a equipa que desenvolve projectos em diversas áreas do design.

O seu trabalho tem maior destaque na área do design aplicado à arquitectura, desenvolvendo sistemas de *wayfinding* e sinalização, mas no seu já vasto curriculum encontram-se também notáveis exemplos de design de exposições, edição de livros e catálogos, desenvolvimento de identidade corporativa e criação de projectos *web* e multimédia.

Segundo Nuno Gusmão⁵⁰, a maioria dos projectos que o atelier desenvolve para arquitectura, nascem e crescem lado a lado com o respectivo projecto de arquitectura, evoluindo juntos e relacionando-se de tal maneira que o observador não consegue distinguir onde começa o projecto de design e onde acaba o de arquitectura. O objectivo do atelier nestes projectos é o de criar espaços coerentes e apetecíveis que, através das relações que estabelecem com o utilizador, potenciem a sua experiência do espaço.

O atelier tem vindo a ganhar reconhecimento nacional e internacional nos últimos anos; os seus trabalhos têm sido referidos em várias revistas internacionais e ganhado diversos prémios, nomeadamente o prémio de Design de Ambientes atribuído, em 2009, pelo Centro Português de Design.

O seu trabalho pode ser observado na Fundação Oriente em Lisboa, na Escola Superior de Musica de Lisboa, na frente ribeirinha Belém-Cais Sodré, no Teatro e Auditório de Poitiers em França e em muitos outros lugares em Portugal e no estrangeiro.

⁵⁰ Entrevista exploratória a Nuno Gusmão (2010).

6.3.2 Projecto Pista Ciclável

Em 2008 foi desenvolvido pela Câmara Municipal de Lisboa um estudo para a realização de uma rede ciclável que abrangesse toda a cidade. Integradas nesta rede seriam criadas várias pistas, em determinadas zonas da cidade, que se cruzariam em diversos pontos.

Actualmente algumas partes desta rede já se encontram construídas, como a de Monsanto e a de Alvalade.

O estudo abrangia também a criação de uma pista na frente ribeirinha de Lisboa, pois esta tem características excepcionais para o desfrute da cidade e do rio Tejo e proporções espaciais adequadas para a prática do ciclismo, visto ser completamente horizontal e possuir troços bastante prolongados.

Esta zona é, de facto, um caso especial devido à sua condição geográfica. Pretende-se que seja um local atractivo e que possibilite aos seus utilizadores o usufruto do rio e da cidade. Qualquer intervenção na sua linha deve estar devidamente estudada, para não quebrar a sua continuidade e para não existir como um obstáculo visual.

A frente ribeirinha apresenta também, na sua extensão de 7.325 metros, várias particularidades, como actividades portuárias, ferroviárias, comerciais, turísticas e diversas zonas de estacionamento e de trânsito automóvel que dificultam a estruturação de uma pista ciclável segura e confortável.

Antes da implantação desta pista ciclável, a frente ribeirinha era já utilizada pelos habitantes e visitantes da cidade de Lisboa para diversas funções. Passear, pescar, andar de bicicleta, ir a um restaurante ou discoteca, entre muitas outras.



Fig. 127
Vista aérea
Câmara Municipal de Lisboa (2008; p.2)

O objectivo da Câmara Municipal de Lisboa não era o de apagar estas actividades e desenvolver uma pista exclusiva para ciclistas, mas sim criar um percurso que convidasse todas as pessoas a participar na experiência e a conhecer a frente ribeirinha de Lisboa.

Devido a este conceito de circulação abrangente denomina-se este percurso “Pista Ciclável” e não “Ciclovía”. Uma “Ciclovía” é uma pista exclusiva para a circulação de bicicletas e deve obedecer a regras de trânsito e de sinalização específicas.

Após um estudo prévio, a Câmara Municipal de Lisboa apresentou a proposta de percurso à APL (Administração do Porto de Lisboa) para que esta propusesse os acertos que considerasse pertinentes. Neste estudo eram apresentados os troços da pista, bem como as suas particularidades.

Depois de aprovado o estudo e de delimitado o percurso, a APL contactou o atelier de arquitectura paisagista *Global* para a execução do projecto para a pista ciclável.

Quando o projecto foi encomendado à *Global*, algumas das decisões fundamentais estavam já tomadas: a linha de intervenção estava delimitada, as regras de trânsito determinadas e algumas decisões construtivas definidas. A Câmara Municipal de Lisboa tinha já tido uma imagem bastante aproximada do que poderia vir a ser a pista.

A pista deveria ter dois sentidos, de modo a permitir a circulação em segurança de ciclistas, skaters, pessoas em patins ou a correr e o pavimento deveria ser em betuminoso encarnado com sinalização horizontal pintada a branco, reduzindo ao máximo a sinalização vertical para diminuir a existência de obstáculos visuais. E entre a pista e o rio deveria existir uma zona destinada para pessoas a pé, carrinhos de bebé, entre outros.



Fig. 128
Estudo prévio
Câmara Municipal de Lisboa (2008; p.7)



Fig. 129
Estudo prévio2
Câmara Municipal de Lisboa (2008; p.25)

A Global estudou o projecto e apercebeu-se de que poderia ser interessante trabalhar em colaboração com o atelier Po6 no desenvolvimento da intervenção.

A pista que se pode observar hoje é resultado desta colaboração estabelecida desde o princípio do projecto.

6.3.3. Intervenção gráfica na Pista Ciclável Cais do Sodré – Belém

Como já foi referido, a frente ribeirinha é uma zona sensível cujo tratamento deve ser rigoroso e cuidado.

A identidade e a singularidade deste espaço público não deve ser interrompida. Qualquer intervenção terá que ser devidamente estruturada com um critério uniforme “(...) permitindo criar um circuito simples, assente numa imagem concreta e discreta, dispensando sinalética e todo o tipo de elementos verticais que constituam obstáculos visuais numa área tão sensível.”⁵¹

O objectivo da Câmara Municipal de Lisboa era o de melhorar as estruturas da frente ribeirinha tornando-a mais atractiva para os habitantes e os visitantes da cidade de Lisboa. Para isso foi implantada uma pista ciclável destinada a diversos utilizadores, tanto ciclistas como para skaters, pessoas em patins ou a correr.

A pista em toda a sua extensão de 7.362 metros tem circunstâncias muito diferentes e a solução não poderia ser sempre idêntica para todo o percurso.

Os ateliers Global e Po6 propuseram a redefinição da pista, de maneira a que esta não se impusesse demasiado no espaço envolvente, mas, ao mesmo tempo, de forma a que pudesse ser facilmente reconhecida pelo utilizador. Com este propósito foi criada uma regra construtiva, através de códigos que iam sendo escritos e adaptados de forma delicada ao longo da pista.



Fig. 130
Pista Ciclável
Po6
<http://www.segd.org/design-awards/5200/5214.html>

⁵¹ Câmara Municipal de Lisboa (2008; p.4).

Para além de definir a pista e sinalizar o espaço, um dos objectivos dos dois ateliers foi o de desvendar a história do local que a pista atravessava, revelando aos utilizadores as marcas do passado industrial.

Alguns dos elementos aí existentes foram integrados no projecto, tais como os carris antigos de apoio às embarcações, que em alguns troços marcam agora linhas de orientação.

Outro dos objectivos era o de mostrar ao utilizador alguns elementos marcantes em toda a zona envolvente, tais como os museus, as estações de comboio ou diversos marcos históricos.

O trabalho entre a Global e a Po6 foi desenvolvido em conjunto. Juntos pesquisaram e discutiram imagens de referência, tendo em vista o encontrar da melhor solução.

O percurso tem duas características de solo, uma de betuminoso e uma de calçada.

Para a área de betuminoso, ao contrário da cor encarnada pedida pela Câmara Municipal de Lisboa, a escolha cromática foi o preto por se integrar melhor na paisagem. Nesta área, as inscrições são pintadas a branco directamente sobre o betuminoso com o apoio de mascaras metálicas, tornando mais fácil e económica uma futura manutenção.

Foram pesquisadas várias soluções já realizadas em pistas deste género e, segundo Nuno Gusmão⁵², um dos principais projectos que serviu de fonte de inspiração foi o “Muro di Sormano”, memorial a um antigo troço de uma famosa prova de ciclismo italiana. (ver o capítulo “Casos internacionais de referência” pp.92-93).



Fig. 131
Pista Ciclável2
Po6
<http://www.p-06-atelier.pt/>



Fig. 132
Produção
Po6
<http://www.p-06-atelier.pt/>

⁵² Entrevista exploratória a Nuno Gusmão (2010).

Nas áreas de calçada, inspiradas pelo trabalho de Richard Serra e pelas tampas de canalização que surgem nas ruas com calçada portuguesa, as inscrições são feitas com incrustações metálicas. Isto também levou ao aparecimento do sistema de código com elementos circulares que marcam os limites e os sentidos da pista.

Richard Serra é um escultor minimalista americano que intervém muitas vezes no espaço público com grandes peças geométricas em aço, criando com elas códigos de leitura que colocam em confronto a obra de arte e o espaço de intervenção.

Em Lisboa também podem ser encontrados registos com o mesmo processo de construção de ritmos, através de uma espécie de padrão de formas circulares, que repetem a forma das tampas de canalização.

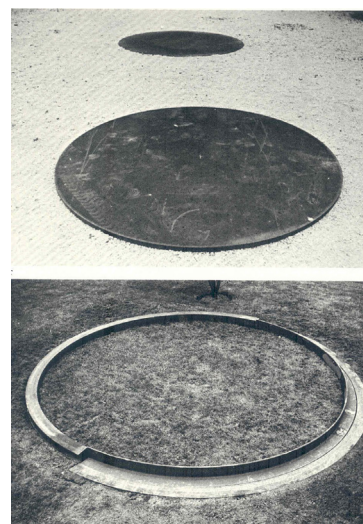


Fig. 133
Spoleto Circles
Richard Serra
Haynes (1980; p.51)



Fig. 134
Calçada portuguesa
Bairro Alto, Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 135
Pista Ciclável3
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 136
Calçada portuguesa2
Bairro Alto, Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 137
Pista Ciclável4
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010

Depois de sistematizados os princípios da intervenção, os colaboradores da P06 desenvolveram as diversas abordagens que foram aplicadas ao longo da pista.

Nuno Gusmão⁵³ encara a pista como a paginação de um livro onde, à medida que se vai avançando, se encontram novos apontamentos, novos estímulos, tendo sempre um código de elementos coerentes.

A utilização da mesma tipografia, dos mesmos símbolos, dos mesmos pontos que estabelecem os limites e da mesma linguagem gráfica nos apontamentos mais lúdicos e nos mais sérios cria um sistema de códigos coerente e facilmente reconhecido.



Fig. 138
Elementos gráficos
P06
<http://www.p-06-atelier.pt/>

O tipo de letra utilizado é a Flama do tipógrafo português Mário Feliciano. Este tipo de letra foi desenhado em 2006, inicialmente para sinalização, mas hoje em dia é também muito utilizado em projectos de design editorial, podendo ser encontrada em publicações internacionais como *The Sunday Times* ou *Playboy*.⁵⁴

Segundo Nuno Gusmão a escolha da Flama deveu-se ao facto de ser um tipo de letra sem serifas com características simples, para não entrar em conflito com a pista, que só por si era uma intervenção de grandes dimensões na frente ribeirinha. Outra das razões foi a sua legibilidade. O desenho da Flama permite a exploração das escalas das letras sem que estas percam a sua legibilidade.

A intervenção, devido à sua tecnologia de aplicação, stencil, altera alguns dos caracteres desenhados por Mário Feliciano, como o “A” e o “O” onde a parte interior da letra desaparece.

⁵³ Entrevista exploratória a Nuno Gusmão (2010).

⁵⁴ Feliciano (2009).

As passadeiras são feitas com cardinais ou pontos de interrogação, chamando a atenção para quem passa. Pressupõe-se que, mesmo não se apercebendo que aquela indicação corresponde a uma passadeira, os ciclistas naturalmente abrandam. Existem troços do percurso onde são colocados aglomerados de setas que indicam a direcção e enfatizam a ideia de que se está numa recta e que se pode acelerar. Sinais de regulamentação são expostos em zonas de perigo, como zonas de trânsito automóvel ou de alteração do pavimento betuminoso para calçada. Pontos de especial interesse turístico, como o Mosteiro dos Jerónimos ou o Museu do Oriente, bem como as estações de comboios, estão assinaladas com sinais de direcção.

Debaixo da ponte 25 de Abril deparamo-nos com uma onomatopeia, onde o ruído da ponte é transcrito para a pista, quebrando a sua monotonia e levando o utilizador a observar a sua envolvente.

O poema “O Tejo é mais belo” de Alberto Caeiro é transcrito sobre o betuminoso e intervém em áreas que muitas vezes passam despercebidas aos utilizadores, como pequenos pontões que se vão encontrando no caminho.

Nem sempre o poema está completo e quando o está é praticamente impossível a sua total leitura devido à grande escala da tipografia. Mas a intenção é mesmo essa, a de propor algo que se possa ir descobrindo ao longo do percurso.



Fig. 139
Passadeira
Po6
<http://www.segd.org/design-awards/5200/5214.html>

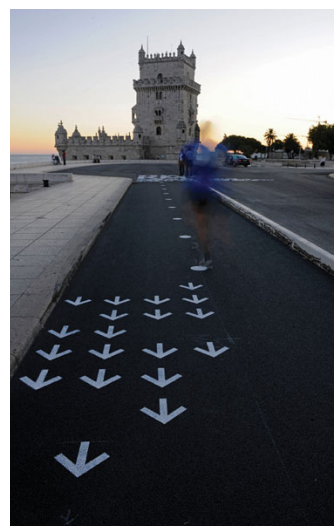


Fig. 140
Setas de aceleração
Po6
<http://www.segd.org/design-awards/5200/5214.html>



Fig. 141
Sinal de atenção
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 142
Mosteiro dos Jerónimos
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 143
Onomatopeia
Po6
<http://www.p-06-atelier.pt/>



Fig. 144
Pontão
Po6
<http://www.p-06-atelier.pt/>

“O plano horizontal como suporte de conteúdos, de símbolos e de sinalização conta-nos uma história, leva-nos, guia-nos e seduz-nos, ao longo percurso.”⁵⁵

Hoje a pista é utilizada por diversas pessoas com diferentes propósitos, andar de bicicleta, correr, passear, namorar, trabalhar, fazer turismo ou simplesmente para aproveitar a paisagem daquela área tão singular.

Segundo Nuno Gusmão⁵⁶, a pista teve uma boa aceitação por parte do público que recebeu com agrado os melhoramentos propostos pela Câmara Municipal de Lisboa. Penso que se pode afirmar que a maioria das pessoas que utilizam a pista a compreende e se relaciona com ela.

Mas nem tudo foi positivo. A pista veio alterar a rotina da zona ribeirinha e muitos concessionários, como restaurantes e discotecas, foram contra a sua construção, pois esta ficava na frente das esplanadas ou diminuía as suas zonas de estacionamento.

Devido às suas características de integração no espaço e ao criativo tratamento da informação, a intervenção gráfica do atelier PO6 na pista ciclável ganhou media-tismo.

⁵⁵ Tradução livre de: “The horizontal plan as a support of contents, signs and signage, tells us a story, take us, guide us, and seduce us, along this stretch” (ED Awards 2010).

⁵⁶ Entrevista exploratória a Nuno Gusmão (2010).

Tem obtido bastantes prémios internacionais, como um *EDaward* de prata na categoria de *Signs and Displays* em 2010, um *Merit Award* pela SEG D (*Society for Environmental Graphic Design*) em 2010 e está presente no portfolio que levou o atelier PO6 a ganhar o prémio de Design de Ambientes atribuído em 2009 pelo Centro Português de Design.

Para além de aparecer em diversas revistas e outras publicações nacionais e internacionais, a pista pode ser também encontrada em inúmeros *blogs* anónimos onde, através de textos, vídeos e fotografias são narradas as experiências vividas naquele espaço.

A pista ganhou identidade própria, diferenciando-se de todas as outras.

A zona ribeirinha de Lisboa voltou a adquirir o estatuto de espaço público e é agora utilizada para diversas expressões artísticas, havendo por exemplo artistas plásticos que aproveitam o espaço para palco da sua obra ou músicos que encontram na paisagem elementos que exaltam os seus vídeos, como é o caso do videoclip da música “foi Deus” dos “Amália Hoje”.

Os habitantes e os visitantes de Lisboa receberam a pista como parte integrante da cidade.

Entretanto, muitos troços encontram-se degradados devido ao trânsito automóvel indevido, mas outros continuam a funcionar em boas condições, sendo utilizados diariamente por inúmeras pessoas.

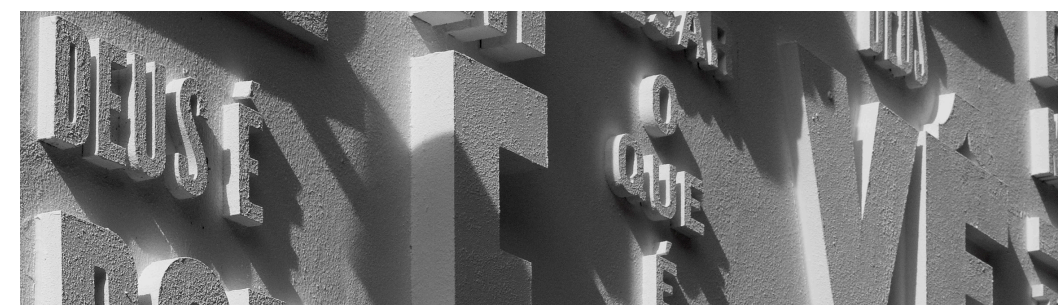
Nuno Gusmão diz que o futuro da pista é incerto. Ou realmente continua a ter uma boa aceitação do público e a Câmara Municipal de Lisboa investe na sua manutenção ou, daqui a uns anos, as pinturas desaparecem, o betuminoso degrada-se e a pista entra no esquecimento. Tudo dependerá das reacções das pessoas, que cremos nós, terá probabilidades de continuar positiva.



Fig. 145
Pista Ciclável5
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



Fig. 146
Pista Ciclável6
Lisboa, Portugal
Afonso Almeida 2010



6.4 Fachada da Ermida de Nossa Senhora da Conceição

6.4.1 Atelier R2

Lizá Defossez Ramalho e Artur Rebelo fundaram o atelier de design de comunicação R2 em 1995, enquanto frequentavam o curso de licenciatura em Design de Comunicação da Faculdade de Belas-Artes do Porto.

O atelier desenvolve projectos de Design de Comunicação de tipos diversos, como identidade corporativa, cartazes, design de livros e de exposições para organizações culturais, curadores, artistas e arquitectos.

Já trabalharam para grandes instituições nacionais como o Museu Serralves, a Casa da Música, o Museu Berardo, a Ordem dos Arquitectos e a Fundação Calouste Gulbenkian.

A qualidade dos seus projectos tem sido reconhecida pela atribuição de prémios internacionais de design e referida em inúmeras revistas e outras publicações, conferindo notoriedade não só ao seu trabalho como também ao Design de Comunicação nacional.

Para além dos projectos do atelier, Lizá Defossez Ramalho e Artur Rebelo dão aulas no Curso de Design e Multimédia na Universidade de Coimbra, coordenam workshops, são oradores em inúmeros eventos e foram júris de vários concursos nacionais e internacionais.

Em 2007 foram os dois primeiros designers portugueses convidados para a restrita e prestigiada organização mundial de design gráfico AGI (*Alliance Graphique Internationale*), tendo organizado a primeira conferência “AGI Open” que teve lugar em Outubro de 2010, na sala Suggia, Casa da Música do Porto (o AGI Open também teve workshops e uma exposição).

6.4.2 Projecto “Ermida de Belém”

Em 2008 o atelier R2 desenvolveu uma intervenção gráfica na fachada da Ermida de Nossa Senhora da Conceição, em Belém, para a inauguração da exposição de Rui Chafes e divulgação do projecto cultural “Ermida de Belém”, a pedido do fundador e proprietário Dr. Eduardo Fernandes.

“Ermida de Belém” é um projecto multidisciplinar de divulgação de cultura contemporânea que inaugurou a 24 de Julho de 2008 numa pequena travessa bairrista de Belém situado ao lado dos conhecidos “Pastéis de Belém”.

O projecto engloba três diferentes espaços que personalizam a travessa. A “Enoteca de Belém”, destinada à degustação e divulgação da cultura vinícola e gastronómica portuguesa, a “Oficina de Joalharia Alexandra Corte Real” onde são criadas, expostas e comercializadas peças de Alexandra Corte Real e de outros artistas convidados e a “Ermida de Nossa Senhora da Conceição”, espaço de fins não lucrativos dedicado a exposição de arte contemporânea e design.

O projecto publica também a “Efeméride”, um boletim cultural trimestral de distribuição gratuita que divulga o projecto, as suas exposições e eventos e onde podem ser lidos ensaios e críticas sobre design e arte contemporânea.

A estreita travessa Marta Pinto, caracterizada pela sua vida quotidiana de bairro dá espaço a este projecto, aumentando o seu principal conceito de “arte para todos”⁵⁷.



Fig. 147
Porta antiga da Ermida
Ermida de Belém
<http://www.ermidabelem.com/#lang=pt;fid=449;cid=-1-url=Inicio/Projecto/Ermida/>



Fig. 148
Enoteca de Belém
Ermida de Belém
<http://www.ermidabelem.com/#lang=pt;fid=449;cid=-1-url=Inicio/Projecto/Ermida/>

Segundo Fábria Fernandes⁵⁸, coordenadora do projecto, o design e a arte não devem existir exclusivamente para elites, mas para todos, tanto os entendidos como as pessoas do bairro.

Na travessa encontra-se a Ermida de nossa Senhora da Conceição, uma antiga capela do séc. XVII que muitas histórias tem para contar. Atravessou o reinado de D. João V, resistiu ao terramoto de 1755 e, no princípio do séc. XX viu a sua vocação de espaço de culto ser substituída por um armazém de uma colchoaria.

Nas últimas décadas esteve vazia de funções e esquecida até que em 2008, graças ao Dr. Eduardo Fernandes, voltou a ganhar vida e a abrir as suas portas ao público, com diferentes propósitos dos que lhe deram origem, mas valorizando o património histórico.

6.4.3 Intervenção Gráfica na fachada da Ermida de Nossa Senhora da Conceição

O projecto “Ermida de Belém” devido à sua localização geográfica passava facilmente despercebido por quem percorria as principais ruas de Belém.

Turistas e habitantes locais deslocavam-se pela afamada zona que inclui o CCB (Centro Cultural de Belém), o Mosteiro dos Jerónimos, o Museu dos Coches e os “Pastéis de Belém”, com diferentes propósitos e sem saber da existência desta pequena e estreita travessa.

Com o objectivo de divulgar o projecto que renova a carga cultural da travessa e de chamar a atenção do público, o Dr. Eduardo Fernandes pediu aos R2 para conceberem uma intervenção gráfica, arrojada, que marcasse a rua e que reflectisse o espírito do projecto “Ermida de Belém”.

A decisão de que a intervenção deveria ser na fachada da Ermida foi unânime, devido ao forte significado simbólico desta capela.

Com o intuito de cristalizar as palavras do dia-a-dia, transpondo expressões da oralidade para o ambiente edificado⁵⁹ os R2 criaram uma intervenção intitulada “Vai com Deus”, onde provérbios populares e frases populares alusivas a Deus preenchem a fachada da Ermida, remetendo para a sua antiga função de oração e criando, ao mesmo tempo, relações com os habitantes do bairro.

⁵⁷ Entrevista exploratória a Fábria Fernandes (2010).

⁵⁸ Entrevista exploratória a Fábria Fernandes (2010).

⁵⁹ Entrevista exploratória a Artur Rebelo (2010).

O público principal a quem se dirige o projecto são as pessoas interessadas pela arte e cultura contemporânea, mas quem vai viver diariamente com ele são os habitantes do bairro. Como diz Artur Rebelo, “por intervir na própria rua, espaço da cidade, tem obrigatoriamente que viver com todo o bairro e com as pessoas que por lá passam”.⁶⁰

A intervenção integra-se na fachada da Ermida através da aplicação de tipografia tridimensional, conferindo uma renovada identidade ao edifício e consequentemente à travessa na qual está inserida.



Fig. 149
Fachada da Ermida
Ermida de Belém
Fotografia do Atelier R2

⁶⁰ Entrevista exploratória a Artur Rebelo (2010).

Podemos reconhecer a parede *Gastrotypographicalassemblage*, realizada em 1966 para a cafetaria do edifício da CBS (*Columbia Broadcasting System*) em Nova York, por Lou Dorfsman com a colaboração de Herb Lubalin e Tom Carnase, como uma eventual referência na concepção da instalação na Ermida.

Gastrotypographicalassemblage é uma listagem de todos os alimentos que a cafetaria tinha para oferecer aos seus clientes, sendo hoje considerada um monumento tridimensional à tipografia⁶¹. Em 1990 foi retirada da parede pela CBS, tendo sido recuperada pelo designer Nick Fasciano. Hoje, com o apoio de Centro de Estudos de Design Americano, o painel está a ser restaurado para poder ser exibido como uma peça fundamental da história do design americano.



Fig. 150
Gastrotypographicalassemblage
<http://www.aiga.org/content.cfm/rebuilding-a-legacy-the-gastrotypographicalassemblage>

A aplicação gráfica realizada pelo atelier R2 oferece à antiga Ermida de Nossa Senhora da Conceição um espírito contemporâneo, sem eliminar as suas raízes tradicionais, recriando o seu carácter religioso e relacionando-se com os habitantes do bairro de Belém.

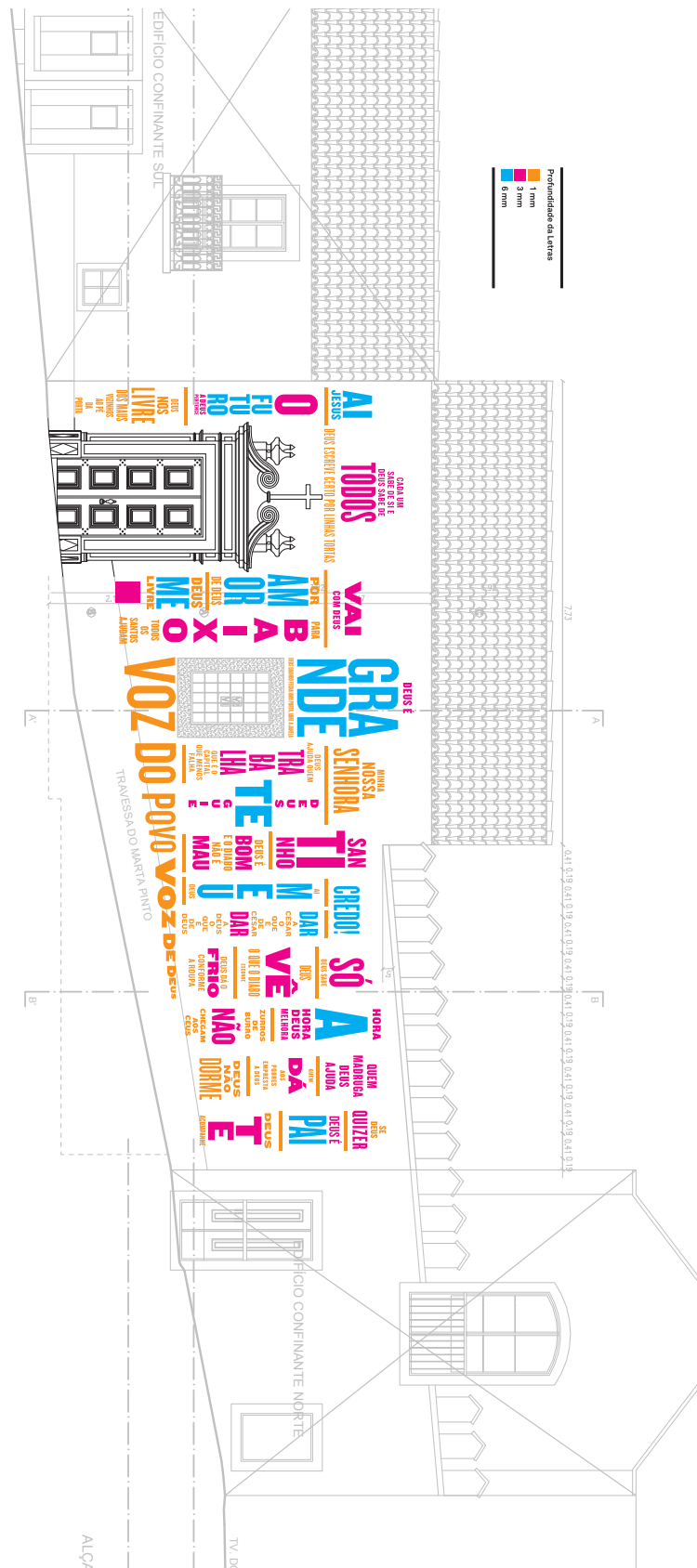
As frases são escritas na parede com o tipo de letra *Knockout* desenhada por Jonathan Hoefler e Tobias Frere-Jones em 1994.



Fig. 151
Knockout
http://www.typography.com/fonts/font_overview.php?productLineID=100013

⁶¹ Anwyl (2008).

Fig. 152
 Mapa de produção
 Ermida de Belém
 Desenho do Atelier R2



O tipo de letra *Knockout* foi escolhido devido seu desenho contemporâneo, sem serifas e de corpo robusto para contrastar com o carácter barroco dos elementos da Ermida. A sua família, constituída por 32 estilos tipográficos, proporcionou a criação de ritmos diversos, através da exploração de diferentes tamanhos de letra. Segundo Artur Rebelo⁶², o Design de Comunicação é normalmente bidimensional devido ao suporte papel, mas quando se trabalha com o espaço construído, a tridimensionalidade pode tornar-se um desafio interessante, de exploração dos limites entre o design e a arquitectura.

Nesta intervenção os R2 utilizaram a tridimensionalidade nas letras, atribuindo-lhes diferentes profundidades, como se a própria Ermida estivesse a empurrar aquelas frases para a rua.

As letras foram feitas em MDF de várias espessuras e receberam um tratamento impermeabilizante e hidrofugante. Depois de coladas sobre a parede, todas as letras e toda a fachada do edifício, com excepção das molduras em pedra da porta e da janela, foram pintadas de branco, dando expressividade aos volumes das letras.

A cor branca foi escolhida devido à conotação com o divino e com a purificação.



Fig. 153
 Letras MDF
 Fotografia do Atelier R2



Fig. 154
 Letras brancas
 Fotografia do Atelier R2

O tratamento das frases foi feito de uma forma humorística, brincando com o posicionamento das frases ou dando ênfase a determinadas palavras, como o contraste da grande escala da palavra “grande” na frase “deus é grande”, a escrita vertical da palavra “baixo” na frase “para baixo todos os anjos ajudam”, o posicionamento entre a porta da ermida e a parede do vizinho da frase “deus nos livre dos maus

⁶² Entrevista exploratória a Artur Rebelo (2010).

vizinhos ao pé da porta”, o posicionamento da frase “deus quando fecha uma porta, abre a janela” em cima da janela e “deus te acompanhe” na frase que se lê no final da rua.

A intervenção foi rapidamente aceite pelo público e pelos “vizinhos”. Os habitantes do bairro receberam com bastante agrado o projecto “Ermida de Belém” e consideram-no um projecto interessante que voltou a dar vida àquele espaço esquecido.⁶³ A fachada da Ermida recebeu a intervenção durante 8 meses e chamou inúmeras pessoas à pequena travessa de Marta Pinto dando-lhes a conhecer o projecto “Ermida de Belém”.

Devido à grande divulgação desta intervenção em revistas e publicações de design e arte contemporânea, como por exemplo o artigo de Andrew Robertson “*The word on the street*” na *Eye Magazine*⁶⁴, o projecto “Ermida de Belém” ganhou reconhecimento e no primeiro ano o seu público aumentou de 2 para 130 visitas por mês. A sua solução, criativa e humorística, para a fachada da ermida foi galardoada em 2009 com vários prémios internacionais como um *Honor Award* pela SEGD, um *Red Dot Award* na categoria de *communication design*, um *Silver Award* nos *European Design Awards* na categoria *Signs & displays*, um *Premier Award* *ISTD TypoGraphic Awards* e uma nomeação para D&AD (*British Design and Art Direction*).



Fig. 155
Letras
Fotografia do Atelier R2



Fig. 156
Letras2
Fotografia do Atelier R2

63 Entrevista exploratória a Fábria Fernandes (2010).

64 Robertson A (2008).

7

Conclusão

Antes de apresentarmos as conclusões e as respostas proporcionadas pela nossa investigação, relembremos a nossa questão da investigação e os objectivos iniciais que nos levaram a desenvolver esta dissertação de título “Contributos do Design de Comunicação para a construção da identidade de um espaço: exemplos contemporâneos em Portugal”.

Os espaços estabelecem relações com aqueles que os utilizam e que deles se apropriam. Os factores de identidade dos espaços, caracterizadores e distintivos, ajudarão estes utilizadores a construir a imagem desse espaço.

A disciplina Design de Comunicação pode ter um papel importante nessa construção, levando-nos à seguinte questão.

De que modo e em que medida pode o Design de Comunicação contribuir para a construção da identidade de um espaço?

Para responder a esta questão analisámos o papel do Design de Comunicação na construção da imagem de espaços da cidade, bem como o seu relacionamento com outras disciplinas que também contribuem para essa construção, como por exemplo a Arquitectura, a Arquitectura Paisagista, o Urbanismo e o Design de Equipamento.

O que levou ao surgimento de novos pontos relevantes para o desenvolvimento da nossa investigação, como:

- entender a cidade e a forma como os seus habitantes se identificam com ela;
- identificar as necessidades das pessoas que habitam os espaços e a cidade, às quais o Design de Comunicação pode responder;
- reconhecer regras e metodologias de trabalhar a informação gráfica no espaço;
- compreender as funções e relações entre os vários intervenientes envolvidos na construção da imagem de um espaço.
- investigar o que de melhor se faz na área em Portugal, analisando alguns projectos, de maneira a entender, na sua globalidade, os objectivos iniciais dos projectos, o seu desenvolvimento e as suas conclusões.

Para o melhor esclarecimento destes pontos foi necessário, antes de nos centrarmos na disciplina Design de Comunicação, abordar a história da evolução da forma da cidade e dos comportamentos dos seus utilizadores.

Isto levou-nos a perceber que a construção de espaços para a cidade está relacionada com as necessidades dos seus utilizadores e contribui para a construção da forma da própria cidade, bem como da imagem que os cidadãos e visitantes dela formulam. A cidade deve ser possuidora de uma imagem reconhecível que leve os seus habitantes a considerarem-na como sua. Os espaços da cidade devem também possuir uma imagem facilmente reconhecida e que se integre na estrutura da cidade.

Compreendemos também que para uma melhor resposta às necessidades dos utilizadores da cidade é fundamental entender que os indivíduos são seres complexos e com características muito diversificadas entre si, como a idade, o sexo, a cultura, as capacidades físicas e motoras.

Após este estudo, e depois de analisadas as diferentes disciplinas que contribuem para a construção dos espaços da cidade, investigamos o papel da Design de Comunicação nessa construção.

Para isto, fizemos um levantamento da utilização dos espaços da cidade como suporte para a comunicação ao longo dos tempos, levando-nos a compreender que a necessidade de identificar os espaços e de tornar reconhecida a mensagem que estes comportam não é uma necessidade contemporânea mas que sempre fez parte da vivência urbana do homem.

Hoje, muitos investigadores reconhecem a importância da disciplina Design de Comunicação na construção da identidade de um espaço, o que torna mais fácil a tarefa de compreender a disciplina e as metodologias por ela utilizadas.

O Design de Comunicação pode intervir de variadas maneiras no espaço, dependendo do contexto, do observador e da mensagem a transmitir.

O principal objectivo desta disciplina quando trabalha para o espaço é o de orientar os seus utilizadores, aumentando o desfrute do espaço e potenciando o reconhecimento da sua identidade, criando assim relações entre os espaços e os seus utilizadores.

Para uma melhor e mais criativa resposta a este objectivo, é necessário que o de-

signer conheça os elementos que a sua disciplina comporta quando intervém no espaço, como a tipografia, a cor, os pictogramas, os materiais e os diferentes tipos de sinais.

A escolha acertada e o adequado tratamento destes elementos pode ser decisivo na identificação, legibilidade e compreensão da informação.

Neste estudo quisemos dar enfoque a projectos onde o trabalho do Design de Comunicação no espaço, para além de orientar e explicitar a mensagem a transmitir aos seus utilizadores, aumentasse o reconhecimento da sua identidade, através da criação de projectos integrados no espaço, sem se sobrepor às respectivas características físicas, completando-as.

Quisemos também analisar casos onde o designer gráfico representa um papel determinante na construção dos espaços, aumentando o reconhecimento da disciplina Design de Comunicação por parte do seu público.

O levantamento de casos internacionais com espaços de intervenção e propósitos diferentes, considerados por nós de referência, permitiu-nos observar que, de facto, o Design de Comunicação pode desempenhar um papel importante na construção da identidade dos espaços, através de um tratamento da informação criativo e adequado, respeitando as características do espaço onde a intervenção está inserida.

Toda a investigação anteriormente exposta ofereceu-nos bases teóricas para a realização do estudo de três casos produzidos por ateliers portugueses em território nacional, onde a disciplina Design de Comunicação desempenha um papel importante na construção da identidade dos espaços onde foram implementadas essas intervenções.

A análise destes três casos de estudo permitiu-nos conhecer o que de melhor se faz na área em Portugal e compreender as escolhas e metodologias projectuais em três campos de intervenção distintos.

Um dos casos escolhidos para estudo foi a intervenção gráfica nas bocas de acesso às bancadas do Estádio Municipal de Braga, efectuada pelo atelier AntónioQueirosDesign em 2003. Com a análise desta intervenção, percebemos que, mesmo trabalhando para um estádio de futebol onde os utilizadores entram em grandes grupos e com pressa de chegar aos seus lugares, é possível trabalhar a informação

de uma forma criativa e lúdica sem esta perder a sua função primária, de encaminhar o público. Compreendemos também que, com um tratamento adequado da intervenção gráfica, o Design de Comunicação consegue integrar-se num espaço de arquitectura com qualidade reconhecida, oferecendo continuidade à sua linguagem e potenciando o seu reconhecimento.

Outro dos nossos casos de estudo foi a intervenção gráfica na pista ciclável Cais Sodré – Belém, projectada pelo atelier PO6 em 2008. Esta intervenção permitiu-nos estudar um espaço aberto, sem limites completamente definidos, cuja envolvente é a paisagem ribeirinha da cidade de Lisboa. O projecto de comunicação, neste caso, atribui uma nova vida e identidade ao espaço de intervenção, oferecendo aos seus utilizadores indicações sobre o modo como utilizar a pista e ao mesmo tempo desfrutar da envolvente, sem com isto se sobrepor à paisagem ribeirinha. Este projecto permitiu-nos reconhecer a importância da relação entre o design de comunicação e a arquitectura paisagista para a construção de um espaço, onde o utilizador e a paisagem permanecem mais importantes do que o projecto, mesmo este sendo um dos principais factores de construção da imagem do espaço por parte dos seus utilizadores.

Por último, estudámos a intervenção gráfica na fachada da Ermida da Nossa Senhora da Conceição no bairro de Belém em 2008, da autoria do atelier R2. Esta intervenção, criada para comunicar a existência de um novo espaço de exposições de arte contemporânea, destaca-se pela integração da composição tipográfica na fachada de uma antiga ermida, pela relação que a mensagem criada pela instalação estabelece com os moradores do bairro e pelo mediatismo registado tanto nacional como internacionalmente. Com este projecto, compreendemos que a disciplina Design de Comunicação pode criar a identidade de um espaço, tornando contemporâneo o que era antigo, sem com isto destruir as antigas características culturais do espaço, tornando-as ainda mais evidentes.

Após a realização da nossa investigação podemos comprovar a veracidade da nossa hipótese de que o Design de Comunicação pode acrescentar identidade aos espaços e enriquecer a sua vivência por parte dos utilizadores, através de uma utilização simultaneamente rigorosa, lúdica e criativa dos elementos gráficos.

Esta dissertação permite-nos também recomendar futuras investigações.

Todos os dias nascem novos espaços com novos propósitos e áreas de intervenção diferentes, pelo que consideramos que seria bastante interessante que, a partir desta investigação, se pudesse continuar a analisar projectos realizados em Portugal por ateliers portugueses, nos quais o Design de Comunicação participa na construção da identidade desses espaços, actualizando com isto a informação sobre o que de melhor se faz na área em Portugal.

Pensamos também que poderá ser interessante um estudo mais aprofundado sobre a história das inscrições no espaço. O espaço é utilizado para comunicar desde que o Homem existe e esta utilização do espaço foi evoluindo a par das suas necessidades, sendo hoje factor de reconhecimento de diferentes culturas e períodos históricos.

Nesta investigação, não nos foi possível o desenvolvimento deste tema para não nos afastarmos do nosso tema central, mas pensamos que a compreensão destes fenómenos e a sua influência no modo como hoje utilizamos os espaços para comunicar pode apontar conclusões interessantes, enriquecedoras das práticas projectuais envolvidas na sua concepção.

Referencias Bibliográficas

Afassociados 2004, *Estádio municipal de Braga: a história de um estádio com duas bancadas apenas...*, in Engenharia e Vida nº02, Loja da Imagem, Lisboa.

Anwyl, R 2008, *Rebuilding a Legacy: The Gastrotypographicalassemblage*, accessed 20 Jul 2010,
< <http://www.aiga.org/content.cfm/rebuilding-a-legacy-the-gastrotypographicalassemblage>>.

Berger, G 2005, *Wayfinding: designing and implementing graphic navigation systems*, RotoVision, Suíça.

Calori, C 2007, *Signage and wayfinding design: a complete guide to creating environmental graphic design systems*, John Wiley & Sons, New Jersey.

Câmara Municipal de Lisboa 2008, *Estudo prévio da pista ribeirinha troço Cais do Sodré – Belém: memoria descritiva e justificativa*, Câmara Municipal de Lisboa, Lisboa.

Caves, RW 2005, *Encyclopedia of the city*, Routledge, Oxon.

Centro Português de Design 2009, *Prémios nacionais de design 2009*, Centro Português de Design, Lisboa.

Checa Goita, F 1996/1982, *Breve historia do urbanismo*, 4ªed., Editorial Presença, Lisboa.

Craig, J & Koral Scala, I 2006/1971, *Designing with type: the essential guide to typography*, 5ªed., Watson-Guption Publications, Nova Iorque.

ED Awards 2010, *Bikeway Belém / Cais do Sodré*, accessed 20 Jul 2010, <<http://www.europeandesign.org/#/ed-awards/winners/special-prizes/30-signs-displays/bikeway-belm-cais-do-sodr/>>.

Feliciano, M 2009, *Flama*, acesso 28 Out 2010, <<http://www.felicianotypefoundry.com/cms/fonts/flama>>.

Follis, J & Hammer, D 1979, *Architectural signing and graphics*, Whitney Library of Design, Nova Iorque.

Gallion, A & Eisner, S 1983, *The urban pattern*, 4^aed., Van Nostrand Reinhold, Nova Iorque.

Gibson, D 2009, *The wayfinding handbook: information design for public places*, Princeton Architectural Press, Nova Iorque.

Haynes, R 1980, *Richard Serra: Interviews Etc. 1970-1980*, The Hudson River Museum, Nova Iorque.

Lamos, JMRG 1992, *Morfologia urbana e desenho da cidade*, Junta de Investigação Científica e Tecnológica da Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.

Lewisohn, C 2009/2008, *Street art, the graffiti revolution*, Tate Publishing, London.

Linton, H 1999, *Color in architecture: design methods for buildings, interiors, and urban spaces*, Mc Graw Hill, Nova Iorque.

Lupton, E 2006/2004, *Pensar com tipos*, Cosac Naify, São Paulo.

Lynch, K 2009/1960, *A imagem da cidade*, Edições 70, Lisboa.

Madani-Pour, A 1996, *Design of urban space: an inquiry into social-spatial process*, John Wiley & Sons, Chichester.

Mollerup, P 2006, *Wayshowing: a guide to environmental design*, Lars Muller Publishers, Baden.

Ordem dos Arquitectos e SECIL 2005, *Catálogo e exposição: prémio secil de arquitectura 2004*, Ordem dos Arquitectos e SECIL, Lisboa.

Queirós, A 2003, *Cartaz do estádio municipal de Braga*, Porto.

Robertson, A 2008, *The word on the street*, in Eye Magazine n^o70, accessed 10 Jul 2010, <<http://www.eyemagazine.com/feature.php?id=161&fid=738>>.

Society for Environmental Graphic Design 2010, *What is Environmental Graphic Design?*, accessed 6 Abr 2010, <<http://www.segd.org/#/about-us/what-is-egd.html>>.

Spiekermann, E & Ginger, EM 2003, *Stop stealing shrrp & find out how type Works*, 2^oed, Peachpit Press, Califórnia

Uebele, A 2007, *Signage systems & information graphics: a professional sourcebook*, Thames & Hudson, Londres.

Bibliografia

Afassociados 2004, *Estádio municipal de Braga: a história de um estádio com duas bancadas apenas...*, in Engenharia e Vida nº02, Loja da Imagem, Lisboa.

Anwyl, R 2008, *Rebuilding a Legacy: The Gastrotypographicalassemblage*, accessed 20 Jul 2010, < <http://www.aiga.org/content.cfm/rebuilding-a-legacy-the-gastrotypographicalassemblage>>.

Bains, P & Dixon, L 2004, *Letter rich Lisbon*, on Eye Magazine nº54 vol.14 winter 2004, Quantum Publication, Groydon.

Baur, R 2004, accessed 1 Jul 2010, <<http://integral.ruedi-baur.eu/>>.

Berger, G 2005, *Wayfinding: designing and implementing graphic navigation systems*, RotoVision, Suíça.

Brandão, P & Remesar, A 2003, *Design do espaço público: deslocação e proximidade*, Centro Português de Design, Lisboa.

Calori, C 2007, *Signage and wayfinding design: a complete guide to creating environmental graphic design systems*, John Wiley & Sons, New Jersey.

Câmara Municipal de Lisboa 2008, *Estudo prévio da pista ribeirinha troço Cais do Sodré – Belém: memória descritiva e justificativa*, Câmara Municipal de Lisboa, Lisboa.

Campos, I 2008, *A ermida na história de Lisboa e Belém*, Lisboa.

Carmona, M et al 2001, *The value of urban design*, 3th ed., Thomas Telford, Kent.

Caves, RW 2005, *Encyclopedia of the city*, Routledge, Oxon.

Centro Português de Design 2009, *Prémios nacionais de design 2009*, Centro Português de Design, Lisboa.

Checa Goita, F 1996/1982, *Breve historia do urbanismo*, 4ªed., Editorial Presença, Lisboa.

Craig, J & Koral Scala, I 2006/1971, *Designing with type: the essential guide to typography*, 5ªed., Watson-Guptill Publications, Nova Iorque.

Cullen, G 1983/1961, *Paisagem Urbana*, Edições 70 Lda., Lisboa.

Daniel, A, Neves, A & Carveiro, R 2009, *A parede como suporte artístico ao longo da história*, Faculdade de Arquitectura de Lisboa, Lisboa.

ED Awards 2010, *Bikeway Belém / Cais do Sodré*, accessed 20 Jul 2010, <<http://www.europeandesign.org/#/ed-awards/winners/special-prizes/30-signs-displays/bikeway-belm-cais-do-sodr/>>.

Ermida Belém 2008, *O projecto travessa da ermida*, accessed 19 Jul 2010, <<http://www.ermidabelem.com/#cid=-1;lang=pt;fid=295;url=Inicio/Projecto/>>.

Feliciano, M 2009, *Flama*, acesso 28 Out 2010, <<http://www.felicianotypefoundry.com/cms/fonts/flama>>.

Follis, J & Hammer, D 1979, *Architectural signing and graphics*, Whitney Library of Design, Nova Iorque.

Gallion, A & Eisner, S 1983, *The urban pattern*, 4ªed., Van Nostrand Reinhold, Nova Iorque.

Gibson, D 2009, *The wayfinding handbook: information design for public places*, Princeton Architectural Press, Nova Iorque.

Haynes, R 1980, *Richard Serra: Interviews Etc. 1970-1980*, The Hudson River Museum, Nova Iorque.

Lamos, JMRG 1992, *Morfologia urbana e desenho da cidade*, Junta de Investigação Científica e Tecnológica da Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa.

Lascano, R 2009, *Identity In Three Dimensions*, acesso 10 Jan 2010, <<http://www.arrowsandicons.com/articles/identity-in-three-dimensions/>>.

Lascano, R 2009, *So You Want To Be An Environmental Graphic Designer: 22 Ways To Start (Or Continue) Your Career*, acesso 10 Jan 2010, <<http://arrowsandicons.com/articles/so-you-want-to-be-an-environmenta-graphic-designer/>>.

Lascano, R 2009, *What Is Environmental Graphic Design?*, acesso 10 Jan 2010, <<http://arrowsandicons.com/articles/what-is-environmenta-graphic-design/>>.

Lascano, R 2009, *What Makes A Good Wayfinding System?*, acesso 10 Jan 2010, <<http://www.arrowsandicons.com/articles/what-makes-a-good-wayfinding-system/>>.

Lewisohn, C 2009/2008, *Street art, the graffiti revolution*, Tate Publishing, London.

Linton, H 1999, *Color in architecture: design methods for buildings, interiors, and urban spaces*, Mc Graw Hill, Nova Iorque.

Lupton, E 2006/2004, *Pensar com tipos*, Cosac Naify, São Paulo.

Lupton, E & Miller, JA 1993, Critical wayfinding, in: Susan Yelavich (ed.), *The edge of the millennium*, Whitney Library of Design, Nova Iorque.

Lynch, K 2009/1960, *A imagem da cidade*, Edições 70, Lisboa.

Kinneir, L 1982, *El diseño gráfico en la arquitectura*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona.

Madani-Pour, A 1996, *Design of urban space: an inquiry into social-spacial process*, John Wiley & Sons, Chichester.

Meggs, PB 1983/1998, *A history of graphic design*, 3^oed, John Wiley & Sons, Nova Iorque.

Millen, BJ 2009, *Critical wayfinding: or a phyco-spacial model for critical design*, Faculty of Environmental Design, University of Calgary.

Mollerup, P 2006, *Wayshowing: a guide to environmental design*, Lars Muller Publishers, Baden.

Miyoshi, S 2004, *Design ideas with limited color*, Pie Bocks, Tóquio.

Ordem dos Arquitectos e SECIL 2005, *Catálogo e exposição: prémio secil de arquitectura 2004*, Ordem dos Arquitectos e SECIL, Lisboa.

Peemoller, A 2006, accessed 1 Jul 2010, <<http://www.axelpeemoeller.com/eurekacarpark.html>>.

Pentagram 2009, *New Work: Grey Group*, accessed 17 Jun 2010, <<http://pentagram.com/en/new/2009/12/new-work-grey-group-advertisin.php>>.

Pentagram 2009, *New Work: The Cooper Union*, accessed 17 Jun 2010, <<http://pentagram.com/en/new/2009/11/new-work-the-cooper-union.php>>.

Po6 atelier, acesso 18 Fev 2010, <<http://www.p-06-atelier.pt/>>.

Queirós, A 2003, *Cartaz do estádio municipal de Braga*, Porto.

Ramalho, L & Rebelo, A 2009, *Notas sobre projectos, espaços e vivências*, asseced 19 Abr 2010, <http://artecapital.net/arq_des.php?ref=45>.

Robertson, A 2008, *The word on the street*, in Eye Magazine n^o70, accessed 10 Jul 2010, <<http://www.eyemagazine.com/feature.php?id=161&fid=738>>.

R2 design, acesso 18 Jul 2010, <<http://www.r2design.pt/r2design/>>.

Shapiro, D 1978, *Art for the people: new deal murals on long island*, Hofstra University, Nova Iorque.

Society for Environmental Graphic Design júri 2009, *Honor award: go whit good*, accessed 7 Fev 2010, <<http://www.segd.org/design-awards/5126/5129.html>>.

Society for Environmental Graphic Design 2010, *What is Environmental Graphic Design?*, accessed 6 Abr 2010, <<http://www.segd.org/#/about-us/what-is-egd.html>>.

Spiekermann, E & Ginger, EM 2003, *Stop stealing shrrp & find out how type Works*, 2^oed, Peachpit Press, Califórnia

Thompson, T 1942, *The abc of our alphabet*, The Studio Publications, Londres.

Uebele, A 2007, *Signage systems & information graphics: a professional sourcebook*, Thames & Hudson, Londres.

Uebele, A 2006, *Car dealer pappas*, accessed 30 Jun 2010, <<http://uebele.com/index.php?l=e&v=2232>>.

Whynotassociates 2010, *Crawley library*, accessed 1 Jul 2010, <<http://www.whynotassociates.com/en/crawley/01.php>>.

Young, G 2009, *Typographic trees: crawley library*, accessed 1 Jul 2010, <http://www.gordonyoung.net/crawley_typographictrees.html>.

Glossário



Fig. 157
Anatomia da letra
a partir de Lupton (2006/2004: pp.34-35)
e Craig & Koral Scala (2006/1971; p.13)

Anamorfose - é um efeito de perspectiva onde o elemento representado só pode ser visto como total a partir de um determinado ponto referencial de observação.

Ciclóvia - é uma pista exclusiva para a circulação de bicicletas e deve obedecer a específicas regras de transito e de sinalização.

Enoteca - Lugar onde se guardam ou se vendem vinhos.

Entrelinha - Distância entre duas linhas. Em texto o tamanho da entrelinha deve ser superior ao tamanho da letra, mas por vezes para acentuar o dramatismo e em situações onde não exista uma grande quantidade de linhas a entrelinha pode ser exageradamente grande ou pequena.

Espacejamento - Distância entre caracteres. O espacejamento pode ser alterado manualmente pelo designer, algumas fontes já tem esse tratamento bem afinado mas o designer deve sempre ter em atenção o espacejamento pois a percepção visual deste pode ser diferente consoante o tamanho da letra e a sua aplicação.

Estilo Itálico - Não é uma versão inclinada de um tipo de letra. É um redesenho de um tipo de letra para uma versão mais manual, aproximada da expressão caligráfica.

Estilo Negrito - Versão mais pesada da letra, com espessuras mais grossas.

Estilo Regular ou Roman - Versão normal, vertical de um tipo de letra.

Família tipográfica - Conjunto de fontes com as mesmas características e diferentes estilos tipográficos. As famílias clássicas têm três variantes, a regular, a negrito e a itálica, mas existem tipos de letra que têm mais de 20 variações.

Fonte - Conjunto de caracteres tipográficos (letras, números, pontuação...) com o mesmo desenho ou características formais.

Uma fonte só tem um estilo tipográfico, ou regular, ou negrito ou itálico, por exemplo.

Graffiti – movimento urbano mundial de pinturas, ou transmissão de mensagens e pensamentos nas paredes da cidade, tendo inúmeros tipos, estilos e técnicas gráficas que existem em diversos contextos. Podendo ir desde o simples rabisco ou *tag* repetido para demarcação de território até ao grande mural em locais apropriados chegando a atingir notoriedade de obra de arte.

Hieróglifos - Em grego significa “escritos sagrados”. É uma escrita pictórica inventada no antigo Egipto.

Kerning - É o processo de adição ou remoção de espaços entre dois caracteres específicos que devido às suas características formais se sobrepõem, de modo a não criarem grandes espaços vazios entre as letras. Como é exemplo o At ou Va.

Ligadura - Quando duas letras se unem formando um só carácter devido às suas características formais. Como é exemplo o fi ou o ffl.

Olho da letra – Espaço interior da letra.

Pictograma - É um símbolo gráfico ou imagem que representa uma palavra ou ideia.

Pista Ciclável – Pista para circulação de vários utilizadores com funções diversas, podendo abranger ciclistas, patinadores ou turistas. Quem cria uma pista ciclável pode ditar as suas regras de funcionamento.

Sinais de direcção - Sinais que indicam direcções e destinos.

Sinais de descrição - Sinais que descrevem o local e as suas funções através de mapas e diagramas explicativos.

Sinais de identificação – Sinais que mostram o nome e as funções do espaço, desvendando o que se vai encontrar.

Sinais de regulamentação - Sinais de avisos, obrigações e proibições que estabelecem as regras na experiência do espaço.

Tag – é a assinatura personalizada de um *writer*, os *tags* servem para assinar *graffitis* mas também são utilizados repetidamente para demarcação de território.

Tipografia - “é a arte de desenhar com tipos”.¹

Tipógrafo - O designer que trabalha com tipografia.

Tipos – São as peças móveis das prensas mecânicas para impressão de textos. Podem ser feitos de dois materiais, metal ou madeira. Tipo é também o termo referente aos caracteres das letras.

Writer - quem concebe o *graffiti*

¹ “the art of designing with type” (Craig & Scala 2006/1971: p.6).

Anexos

| | |
|-----------------------------|-------|
| Declaração António Queirós | p.157 |
| Declaração Nuno Gusmão | p.159 |
| Declaração Artur Rebelo | p.161 |
| Declaração Catarina Raposo | p.163 |
| Declaração Pedro Calisto | p.165 |
| Declaração Fábria fernandes | p.167 |

Eu, António Queirós, membro do atelier AntónioQueirósDesign, declaro que estive reunido com o mestrando Afonso Henriques Cordeiro Carvalho de Almeida no dia 24 de Maio de 2010 para a realização de uma entrevista exploratória no âmbito da sua dissertação de Mestrado em Design de Comunicação de título “Contributos do Design de Comunicação para a construção da identidade de um espaço: exemplos contemporâneos em Portugal.” E confirmo a leitura e aprovação dos elementos textuais produzidos para o capítulo “Casos de Estudo” da sua dissertação.

Porto, 30 de Novembro 2010



António Joaquim Lima Macedo Queirós

P-06

Eu, Nuno Bernardino Rodrigues de Sousa Botelho de Gusmão, sócio gerente do P06 Atelier, ambientes e comunicação, declaro que estive reunido com o mestrando Afonso Henriques Cordeiro Carvalho de Almeida no dia 21 de Abril de 2010 para a realização de uma entrevista exploratória no âmbito da sua dissertação de Mestrado em Design de Comunicação de título "Contributos do Design de Comunicação para a construção da identidade de um espaço: exemplos contemporâneos em Portugal." E confirmo a leitura e aprovação dos elementos textuais produzidos para o capítulo "Casos de Estudo" da sua dissertação.

Lisboa 29.11.10



SEDE - R. CATAVENTO, 18A ALTO DOS LOMBOS, CARCAVELOS 2775-649 CARCAVELOS _CONT. Nº 507 607 252 _CAP. SOCIAL - 6000 EUROS _INSCRIÇÃO NA C.R.C. DE CASCAIS Nº 507607252

DECLARAÇÃO

Eu, Artur Rebelo, membro do atelier R2 Design, declaro que estive reunido com o mestrando Afonso Henriques Cordeiro Carvalho de Almeida no dia 25 de Maio de 2010 para a realização de uma entrevista exploratória no âmbito da sua dissertação de Mestrado em Design de Comunicação de título «Contributos do Design de Comunicação para a construção da identidade de um espaço: exemplos contemporâneos em Portugal.» E confirmo a leitura e aprovação dos elementos textuais produzidos para o capítulo «Casos de Estudo» da sua dissertação.

Porto, 2 de Dezembro de 2010



(Artur Rebelo)
Sócio-gerente

R2 design

Ramalho & Rebelo
design, lda

Rua de Meinedo, 112
4100-337 Porto · Portugal

T +351 229 386 865
F +351 226 174 915

info@r2design.pt
www.r2design.pt

NIPC 504 104 020 · Capital Social 5000 €
Matricula 09398—980130 CRC Porto

Eu, Catarina Raposo, membro do atelier Global, declaro que estive reunida com o mestrando Afonso Henriques Cordeiro Carvalho de Almeida no dia 7 de Junho de 2010 para a realização de uma entrevista exploratória no âmbito da sua dissertação de Mestrado em Design de Comunicação de título “Contributos do Design de Comunicação para a construção da identidade de um espaço: exemplos contemporâneos em Portugal.”

Data: 02. Novembro. 2010

Local: LISBOA

Assinatura: Catarina Raposo

Eu, Pedro Calisto, Técnico Superior de estudos e projectos e planeamento da APL (Administração do Porto de Lisboa), declaro que estive reunido com o mestrando Afonso Henriques Cordeiro Carvalho de Almeida no dia 14 de Julho de 2010 para a realização de uma entrevista exploratória no âmbito da sua dissertação de Mestrado em Design de Comunicação de título “Contributos do Design de Comunicação para a construção da identidade de um espaço: exemplos contemporâneos em Portugal.”

Data: 26/11/2010
Local: Edifício Infante D. Henrique (APL, SA)
Assinatura: Pedro Calisto

Eu, Fábria Fernandes, coordenadora do projecto Ermida de Belém, declaro que estive reunida com o mestrando Afonso Henriques Cordeiro Carvalho de Almeida no dia 1 de Junho de 2010 para a realização de uma entrevista exploratória no âmbito da sua dissertação de Mestrado em Design de Comunicação de título “Contributos do Design de Comunicação para a construção da identidade de um espaço: exemplos contemporâneos em Portugal.”

Data: 26 de Novembro 2010-11-26

Local: Ermida Nossa Senhora da Conceição

Assinatura:

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and strokes, positioned to the right of the word 'Assinatura:'.